



XLIX Legislatura

DIVISIÓN PROCESADORA DE DOCUMENTOS

Nº 262 de 2020

Carpeta Nº 143 de 2020

Comisión de Industria,
Energía y Minería

SERVICIOS DE DIFUSIÓN DE CONTENIDO AUDIOVISUAL

Regulación

ASOCIACIÓN DE LA PRENSA URUGUAYA
(APU)

ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES Y REALIZADORES DE CINE DEL URUGUAY
(ASOPROD)

ASOCIACIÓN URUGUAYA DE CINEASTAS
(AUC) – GREMIO CINE

Versión taquigráfica de la reunión realizada
el día 10 de noviembre de 2020

(Sin corregir)

Preside: Señor Representante Sebastián Cal.

Miembros: Señora Representante Valentina Dos Santos y señores Representantes Martín Melazzi, Eduardo Lorenzo, Sergio Mier, Gabriel Tinaglini y Javier Umpiérrez Diano.

Asiste: Señor Representante Daniel Caggiani.

Invitados: Por la Asociación de la Prensa Uruguaya (APU), señores Roque Delgado, Vicepresidente; Javier Álvarez, Comisión Directiva, y Luis Curbelo, Secretario de Prensa y Propaganda.

Por la Asociación de Productores y Realizadores de Cine de Uruguay (ASOPROD), señores Diego Fernández, Ex-Presidente y socio, y Matías Ganz, Directivo.

Por la Asociación Uruguaya de Cineastas (AUC), GREMIO CINE, señor Daniel Fernández.

Secretario: Señor Guillermo Geronés.

Prosecretaria: Señora Margarita Garcés.

═══════‖═══════

SEÑOR PRESIDENTE (Sebastián Cal).- Habiendo número, está abierta la reunión.

Dese cuenta de los asuntos entrados.

(Se lee:

“COTIDIANO MUJER. Solicita audiencia para expresar su opinión en relación al proyecto de ley "SERVICIOS DE DIFUSIÓN DE CONTENIDO AUDIOVISUAL. Regulación. C/143/20.Rep.43".

La Sociedad Uruguaya de Actores (SUA). Solicita audiencia, para expresar su opinión en relación al proyecto de ley "SERVICIOS DE DIFUSIÓN DE CONTENIDO AUDIOVISUAL. Regulación. C/143/20.Rep.43".

La Facultad de Información y Comunicación de la Universidad de la República (FIC-UDELAR). Solicita audiencia para expresar su opinión en relación al proyecto de ley "SERVICIOS DE DIFUSIÓN DE CONTENIDO AUDIOVISUAL. Regulación. C/143/20.Rep.43".

LA ASOCIACIÓN DE LA PRENSA URUGUAYA (APU). Solicita audiencia para expresar su opinión en relación al proyecto de ley "SERVICIOS DE DIFUSIÓN DE CONTENIDO AUDIOVISUAL. Regulación. C/143/20.Rep.43".

(Asiste una delegación de la Asociación de la Prensa Uruguaya, APU)

La Comisión da la bienvenida al vicepresidente de la Asociación de la Prensa Uruguaya, señor Roque Delgado, al secretario de Prensa, Propaganda y Relaciones Internacionales, señor Luis Curbelo, y a un integrante de la Comisión Directiva, señor Javier Álvarez, para referirse al proyecto de ley "Servicios de Difusión de Contenido Audiovisual. (Regulación)", que tenemos a estudio.

SEÑOR CURBELO (Luis).- Muchas gracias por recibirnos a partir del pedido de audiencia que realizamos en función de la difusión de este proyecto de ley. Como antecedente, queremos decirles que nuestro sindicato integra la Coalición por una Comunicación Democrática desde que se creó, fuimos cofundadores, y en su momento trabajamos en la redacción de la Ley N° 19.307, de servicios de comunicación audiovisual, que va a ser sustituida en buena parte por esta nueva normativa que se está planteando. En función de esto, queremos hacer algunos comentarios que tenemos entendido ya se han planteado con anterioridad por parte de otras organizaciones de la propia Coalición que han concurrido, que incluso le han entregado documentación a esta Comisión.

Hay aspectos generales y particulares que nos interesan especialmente como trabajadores de los medios de comunicación y como periodistas que queremos dejar planteados. Como parte del contexto, queremos decirles que la Asociación de la Prensa Uruguaya es el sindicato único de los trabajadores de los medios de comunicación en todos sus ámbitos. Hace muy pocos días, el 23 de octubre, se celebró el Día del Periodista y el Trabajador de los Medios Comunicación en todos sus ámbitos, como consecuencia de una ley que promovió nuestro sindicato, que involucra a todos los

trabajadores de los medios de comunicación, no solamente a los periodistas. De hecho, quienes me están acompañando son trabajadores de la televisión para abonados, lo cual implica que estamos participando en todos los ámbitos y ellos también harán algún comentario para hacer a propósito de lo que está planteado en esta norma.

Para nosotros, como trabajadores de los medios comunicación, hay algunos aspectos que nos interesa que ustedes preserven a la hora de redactar la nueva ley que tienen que ver con la transparencia y la participación ciudadana, en particular, por ejemplo, con la necesidad de reincorporar o mantener el funcionamiento de la Comisión Honoraria Asesora de Servicios de Comunicación Audiovisual -la Chasca-, que precisamente hace referencia al tema de la participación ciudadana porque está integrada por representantes de diversos ámbitos institucionales, empresariales, sociales y académicos vinculados a la temática en general. Para nosotros es importante ese asesoramiento preceptivo para la reglamentación de la ley y, además, para los procesos de asignación de frecuencias de radio y televisión. Esta Comisión comenzó a funcionar en 2017, trabajó intensamente sobre el proyecto de reglamentación de la ley presentado por el Poder Ejecutivo e hizo muchas propuestas de modificación -algunas de las cuales fueron tenidas en cuenta, otras, no-, pero también intervino en procesos de asignación de frecuencias y renovaciones pendientes del período anterior, y aquí es donde está en juego precisamente el tema de la transparencia y de la participación ciudadana. Esto está incluido en los artículos 79 a 83 de la Ley Nº 19.307. Es importante también para nosotros mantener las consultas y las audiencias públicas, los procesos competitivos transparentes.

Otro aspecto que nos interesa particularmente tiene que ver con la Comisión Honoraria Asesora de Sistema Público de Radio y Televisión Nacional, que está regulada por los artículos 170 a 173 de la Ley Nº 19.307, donde se plantea que funcione con representantes de trabajadores, usuarios, la sociedad civil, la academia y las instituciones públicas que tienen que ver con esta temática. Volviendo a la participación ciudadana, este tipo de organismos de amplia representatividad se utilizan habitualmente en los sistemas que suelen tomarse como referencia para este tipo de leyes -por ejemplo, en los países europeos- y cumplen un papel clave para asegurar justamente el carácter público y no gubernamental de estos medios. Para nosotros es un mecanismo mucho más adecuado que la comisión de notables que se ha planteado por parte del actual director de los medios públicos, el colega Gerardo Sotelo, porque entendemos que esta Comisión tal cual está planteada en la ley otorga mayor transparencia y asegura la participación ciudadana. Por otra parte, la comisión de notables no está planteada en el proyecto que se está discutiendo en esta Comisión.

Además, hay otro aspecto que queremos señalar que tiene que ver específicamente -ahí sí- con los periodistas, sin pretender ser corporativos. Nos parece importante que se reincorpore al proyecto la cláusula que establece la objeción de conciencia de los periodistas Esta es una norma que apunta a proteger la independencia de los periodistas y es producto de una larga lucha que tuvimos como sindicato para que se incorporara a la Ley Nº 19.307. Quizás para ustedes no tenga demasiada relevancia, pero para los periodistas es importante -como dice la Ley- tener derecho en el ejercicio de su profesión a negarse a acompañar con su imagen, voz o nombre contenidos de su autoría que hayan sido sustancialmente modificados sin su consentimiento. Esto es lo que establece el artículo 42 de la Ley Nº 19.307 sobre la objeción de conciencia para los periodistas, que fue eliminado de este nuevo proyecto. A nosotros nos parece fundamental que se mantenga, porque esto puede generar situaciones muy preocupantes en un contexto como el que estamos atravesando -ustedes lo habrán visto-, de una grave crisis en general en los medios de comunicación. El sindicato ha hecho varias referencias en los

últimos meses a esta realidad que nos está tocando vivir; acabamos de asistir a la finalización de los contratos de más de cuarenta periodistas en las radios públicas, lo cual viene a agravar la situación general que vivimos, y este tipo de mecanismos puede generar nuevas situaciones complicadas para los periodistas. Por eso nos parece importante mantener esta cláusula de la objeción de conciencia.

Otro aspecto importante -que obviamente no significa no considerar importantes los que se han planteado en términos generales por la Coalición por una Comunicación Democrática, que según tengo entendido les consta, porque ya han participado- es que queremos poner énfasis en aspectos de la promoción de la producción nacional. Nos parece fundamental que se reincorpore el Fondo de Promoción del Sector de Comunicación Audiovisual, que se financia justamente con recursos provenientes de los pagos por renovación anual de licencias y uso del espectro radioeléctrico de los titulares de servicios de comunicación, el canon famoso que estaba establecido en los artículos 62, 187 y 188 de la Ley Nº 19.307. Nosotros consideramos que esto es clave para poder cumplir con lo que dice dicha Ley y se mantiene en este proyecto del Poder Ejecutivo en cuanto a que al menos un 60% de la programación total emitida en la televisión sea de producción o coproducción nacional y a que las radios como mínimo deben emitir un 30% de música de origen nacional. Estos recursos justamente tenían como objetivo promover la producción audiovisual nacional que, por otra parte -entre paréntesis-, ha generado recursos importantes para el país y además -desde nuestro punto vista como sindicato de trabajadores-, fuentes de trabajo para trabajadores del sector. Entonces, esto es fundamental, no solo por la promoción de la producción nacional y el objetivo de mantener al menos un 60% de la programación total emitida como producción o coproducción nacional, sino precisamente por este importante mecanismo para la generación de puestos de trabajo. En su momento, la Ley Nº 19.307 -ustedes lo saben- debe haber sido de las más escrutadas desde el punto de vista jurídico y legal; fue sometida a varios reclamos de inconstitucionalidad: de los doscientos dos artículos, apenas ocho o nueve fueron declarados inconstitucionales, pero fue revisada de arriba a abajo durante años, incluso por los más altos niveles de la magistratura. A nosotros nos parece importante que varios de estos aspectos se conserven, porque no fueron objeto de declaración de inconstitucionalidad y porque hacen precisamente a la transparencia y a la participación ciudadana como objetivos fundamentales. Como trabajadores nos parece importante que se mantengan aquellos aspectos que tienen que ver con la posibilidad de generación de fuentes de trabajo. En su momento, en la discusión original de la Ley Nº 19.307, había fundamentalmente dos elementos que generaban particular resistencia en los empresarios y, aunque parezca de perogrullo, uno de ellos era que la Ley en definitiva decía que los permisarios de los medios de comunicación audiovisual no eran sus dueños, ni siquiera lo es el Estado uruguayo: las ondas de radiodifusión son universales y los Estados apenas las administran, pero decirles a algunos empresarios que no eran los propietarios generaba un gran malestar, y además, decirles que tenían que pagar un canon por usar ese medio era doblemente molesto. Por eso nos parece importante mantener el Fondo de Promoción del Sector de la Comunicación Audiovisual, porque genera estos recursos que promueven la producción nacional y generan puestos de trabajo.

SEÑOR DELGADO (Roque).- Primero les quiero agradecer que nos reciban en estas instancias para seguir hablando de una ley de cuya redacción original APU fue partícipe. Quiero aclarar que no soy periodista; corrijo a mi compañero: éramos trabajadores de la televisión para abonados hasta este año. No tengo la misma elocuencia que el compañero Luis, por lo cual lo mío va a ser mucho más directo.

En realidad, a nosotros nos preocupan un par de aspectos que hacen al sector de la televisión para abonados, sobre todo en cuanto a la acumulación de permisos. Cabe destacar que en este año, no por un tema de pandemia, sino de reestructura, las empresas de la ciudad de Montevideo, los cables más grandes que hay en el sistema televisión para abonados del país, han despedido a cerca de cien empleados. Entonces, si bien se puede entender que la acumulación de cantidad de licencias que se les permite puede favorecer a estos grupos económicos para agrandar su espectro, en realidad, también se está exponiendo su negocio a que sea tomado por las empresas multinacionales que operan en el país en el sistema de televisión para abonados, como son Cablevisión y Directv. En esa misma lógica, las empresas de cable de capitales nacionales están perdiendo abonados desde el año 2016 dentro del sistema de televisión para abonados con las empresas internacionales, Directv y Cablevisión, pero además con otros oferentes que hay en el mercado, como Netflix, Amazon, y ni que hablar de los ilegales, pero esos por suerte se están combatiendo, aunque a veces parece algo medio imposible de controlar, como es el caso del sistema de televisión IP, que hasta en Mercado Libre hay una oferta de setecientos canales por menos de $ 300.

Entonces, ¿qué pasa? El hecho de pasar de tres a ocho permisos de radiodifusión va a generar concentración en un grupo económico y si bien a simple vista puede creerse que va a favorecer a los operadores locales, si se está despidiendo gente porque están en retroceso económico, cuesta creer que los favorezca el hecho de poder seguir acumulando permisos. En realidad, creo que se abre una puerta para la extranjerización del sistema de televisión para abonados del país.

El otro punto que nos preocupa bastante tiene que ver con una cuestión que capaz que suena banal, pero hay un detalle que no es menor. Cuando se trata de las actividades oficiales de las selecciones nacionales de fútbol y de básquetbol, en cuanto a las instancias definitorias en torneos internacionales o instancias de clasificación, se obliga a emitir para todo el país en forma abierta, directa, simultánea y gratuita. Eso es lo que se pretende modificar mediante este proyecto de ley, pero ¿qué pasa? También hay que promocionar que TNU, que es la televisión del Estado, esté en todos los sistemas de televisión para abonados del país y en el paquete básico, para que se tenga acceso universal. La empresa Tenfield, que es la dueña de los derechos de fútbol y básquetbol, cobra a los permisarios locales y cuando no quieran pagar, TNU queda obligada a pasar esos contenidos, pero en este proyecto se elimina que no se cobre el servicio que da TNU. Entonces, mañana puede pasar que Uruguay sea finalista en la copa del mundo y Tenfield puede querer cobrar a TNU determinada cantidad de plata como a cualquier otro operador de cable, lo que va a implicar un gasto de recursos del Estado. Entonces, eliminar la gratuidad del acceso al servicio por parte de TNU en esas instancias en particular, que son peculiares, puede hoy o mañana perjudicar al Estado. La obligación es que los partidos se tienen que trasmitir, pero se elimina la gratuidad de acceso de TNU a ese contenido para retrasmitir a nivel nacional cuando se den esas circunstancias especiales.

Por otra parte, hay otro aspecto que queremos señalar, que manejamos en su momento como cuestión histórica, en el sentido de que se abre la posibilidad a los operadores de la televisión por cable de comercializar datos de internet. Nosotros creemos que es un error dejar en manos de privados un negocio que hasta hace unos años podía ser el negocio del futuro, pero todos sabemos que es el negocio del presente, como es el tema de internet y la venta de datos. Creemos firmemente que ese negocio de los datos debe seguir estando en manos de Antel en el Estado. Esa porción del mercado que tiene Antel garantiza que si hay ganancias o pérdidas quedan en el Estado. No obstante, si parte de ese negocio pasa al ámbito privado, seguramente las pérdidas

recaigan en el Estado y las ganancias queden en el ámbito privado. Me parece que no es adecuado dividir en un mercado tan chico como el de Uruguay, en el que parece que hay demasiados oferentes en el rubro de televisión por cable, porque solo en Montevideo hay seis empresas de televisión para abonados en los distintos sistemas. Si el mercado de Uruguay da ganancias con la administración de Antel y la generación de contenidos, podrían ser socios de Antel, pero es importante que el negocio de los datos quede en el Estado y que no pase a manos privadas.

En mi caso particular, fui enviado al seguro de paro en abril, en el marco de la pandemia y con grandes promesas de que me iban a retomar. Estuve tres meses en el seguro de paro y en ese período accedimos a información de Broadcaster digital que indicaba que en América Latina, por el tema de la pandemia, había crecido en forma exponencial la cantidad de abonados. Hace años que estamos en esto y hemos participado en los consejos de salarios, por lo que sabemos cómo estaba evolucionando el sector en cuanto a la cantidad de abonados, pero recibir una noticia como esa en plena pandemia nos hizo pensar que éramos uno de los sectores favorecidos. En lo particular, compré el cuento que me hicieron en el sentido de que me quedara tranquilo, porque iba a estar tres meses en el seguro de paro y me iban a retomar. Sin embargo, llegó el quinto mes y después de veinticinco años me despidieron, debido a una reestructura y no a los problemas de la pandemia, porque insisto con que el sistema de televisión para abonados fue un sector favorecido. La gente está en su casa con niños chicos que no van a la escuela y se recurre a la televisión, por eso lo que más se incrementó fue la venta de paquetes digitales dirigidos a la gente más chica de la casa.

Por lo tanto, si hay problemas en el sector por la comercialización de las señales, no creo que la habilitación para la venta de datos solucione el problema. Si lo soluciona, vemos lo que pasa en el ámbito privado, que en plena pandemia se hace una reestructura y se despide a cien personas. Insisto con que si tenemos problemas con los capitales nacionales, con los extranjeros va a ser mucho peor. Por eso, abrir el abanico para que puedan tener más permisos y pasar de tres a ocho a nivel país, va a seguir empeorando la situación de concentración y los trabajadores no se van a ver beneficiados.

SEÑOR ÁLVAREZ (Javier).- Creemos que muchos de los nuevos parámetros que se están estableciendo en esta nueva regulación, más allá de que se han pensado desde el punto de vista de defender los derechos e intereses de las empresas nacionales en telecomunicaciones en el ámbito privado, en realidad van a hacer que la concentración provoque lo contrario: habilitar en algún momento que los permisos puedan ser negociados con empresas multinacionales y entregando lo que son las comunicaciones nacionales a intereses extranjeros ¿Por qué? Por lo que manifestó el compañero Roque Delgado. Hoy por hoy las empresas privadas que brindan servicios de televisión para abonados -también se da en telefonía y en servicios de datos-, en función de su realidad o del modelo de negocios, están generando recortes, porque no se puede competir con los servicios de empresas multinacionales, dado que los paquetes cada vez son más caros en dólares y se hace difícil de comercializar o adquirir los permisos para emitir los servicios y los eventos. El compañero Delgado también alertó sobre los permisos y las habilitaciones obligatorias para los canales del interior, a efectos de emitir los eventos deportivos en instancias finales, y se corre el riesgo de que esos contenidos o eventos no lleguen a la población del interior en función de los costos. Podría darse el caso de que el Estado tomara la determinación de no hacerse cargo de pagar los permisos para poder emitir, dado que se establece la obligatoriedad en esta nueva redacción y la población del interior podría verse impedida de tener acceso a ese tipo de eventos.

En cuanto a los puestos de trabajo, debo decir que las empresas de Montevideo y de todo el país están en un proceso de retracción. Se están efectuando reestructuras que implican menor cantidad de trabajo para los trabajadores del sector y mayor cantidad de despidos. En el último tiempo se realizaron cien despidos o más. Toda esa mano de obra no está despareciendo, sino que se está avanzando en procesos de precarización, vinculando los servicios directamente con subcontratos. El sistema de tercerización que se emplea para mantener el soporte de los servicios involucra a empresas unipersonales con la contratación de uno o dos trabajadores por cada una, en tareas en las que antes había empresas con cuarenta o cincuenta trabajadores, que estaban regularizadas, con características técnicas y condiciones laborales acordes. Sin embargo, en función del nuevo modelo de negocios que están estableciendo las empresas, se llegó a la situación de despido de trabajadores que llevan muchos años cumpliendo tareas, como Roque Delgado, quien trabajó durante veinticinco años en una empresa y fue despedido; lo mismo me ocurrió a mí en la misma empresa con quince años de trabajo. Es mano de obra calificada que está siendo sustituida por una modalidad de contratación que implica precariedad y pérdida de derechos para los trabajadores, aprovechando este contexto.

Suponemos que con la redacción que se establece se busca defender los intereses nacionales de las empresas privadas y que los permisos queden en el país, pero en realidad existe riesgo de que las empresas terminen negociando los permisos con empresas multinacionales y se entreguen las telecomunicaciones a intereses extranjeros. Eso nos preocupa y genera un riesgo no solo para los trabajadores, sino también para los consumidores finales, que son los clientes.

SEÑOR CURBELO (Luis).- Nosotros hicimos un pedido de información a la Ursec, respecto a la situación de la televisión para abonados, en función de algunos argumentos que se plantearon.

El año pasado el sector de la televisión para abonados en Uruguay tuvo una facturación de US$ 312.000.000. Esto no lo ubica como un sector en crisis en el país, ni mucho menos. Digo esto para fundamentar el argumento que han planteado los compañeros que han sido despedidos, precisamente, en un contexto que nos preocupa doblemente, porque da la casualidad que la mayoría de los despedidos en estas empresas son afiliados o dirigentes del sindicato: Javier Álvarez, exsecretario general; Roque Delgado, actual vicepresidente de nuestro sindicato. Esto ha sido denunciado ante el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social porque, además de considerar que no existe un argumento económico en función de estos datos, hay por detrás la intención de afectar severamente al sindicato.

En resumen, para nosotros es importante que no se retroceda en los derechos adquiridos a través de la Ley N° 19.307. Seguramente, de parte del Frente Amplio hay una autocrítica también, porque es verdad que se demoró cuatro años para reglamentar la ley anterior y, quizás, si estos aspectos hubieran sido reglamentados con anterioridad, estuvieran en vigencia y en poder de los ciudadanos, sería bastante más difícil de retrotraernos en derechos adquiridos.

Nos parece importante señalar algunos aspectos que tienen que ver con mantener el derecho a la privacidad de niños, niñas y adolescentes en los medios de comunicación en los términos en que está planteado en el artículo 31 de la Ley N° 19.307; mantener los términos del derecho a estar protegidos frente a ciertos contenidos, artículo 32, referido a niños, niñas y adolescentes; mantener la protección ante los abusos de la publicidad dirigida a niños, niñas y adolescentes, artículo 33; en relación a mujeres afrodescendientes, LGTBI, entre otros, mantener el reconocimiento expreso al derecho a

la no discriminación en los medios de comunicación, en los términos del artículo 28 de la ley vigente.

Como señalábamos, en lo que tiene que ver con los periodistas, consideramos que es importante mantener el reconocimiento al derecho a la objeción de conciencia ante los dueños de los medios de comunicación, artículos 41 y 42 de la ley vigente. Para los usuarios en general, nos parece fundamental mantener el reconocimiento expreso del derecho a la transparencia con respecto a los titulares de los medios de comunicación, así como a los servicios que consumen y a la separación entre información y publicidad, artículo 24.

En lo que tiene que ver con la garantía de transparencia y participación ciudadana que señalábamos al comienzo, proponemos mantener la Chasca (Comisión Honoraria Asesora de Servicios de Comunicación Audiovisual), artículos 79 a 83 de la Ley N° 19.307; mantener la Comisión Honoraria Asesora del Sistema Público de Radio y Televisión Nacional, artículos 170 a 173 que, como decíamos, pretende sustituirse por una comisión de notables, que no ha sido demasiado explicitada; mantener la realización de consultas y audiencias públicas en otorgamientos, transferencias y renovación de licencias, artículo 123.

En cuanto a la concentración indebida, a lo que hacía referencia el señor Roque Delgado, y para tratar de no permitir nuevamente arbitrariedades de parte de los gobiernos, sugerimos mantener los límites a la concentración en la TV para abonados, artículo 54 de la Ley N° 19.307, y mantener expresamente los procedimientos y criterios para el otorgamiento de nuevas licencias para servicio de televisión para abonados, que corresponde a los artículos 130 a 133 de la ley vigente.

SEÑOR REPRESENTANTE UMPIÉRREZ DIANO (Javier).- Antes que nada, quiero agradecerles por participar. Es un placer que opinen sobre un proyecto de ley tan importante como el que estamos tratando. Cabe destacar que han sido muy claros al plantear sus inquietudes.

En primer lugar, me gustaría conocer cuántos despidos y cuántos trabajadores en seguro de paro ha habido en el sector este año.

Y, en segundo término, quisiera que se profundizara un poco más en un aspecto que no me quedó claro. Me refiero a la comisión de notables que había planteado, si no me equivoco, el señor Gerardo Sotelo. Me gustaría conocer su opinión al respecto.

SEÑOR REPRESENTANTE MELAZZI (Martín).- Agradezco que hayan comparecido.

Personalmente, les consulto si no les parece que hay una superposición de poderes y de organismos al tener una Comisión Honoraria de Servicios de Comunicación Audiovisual, un Consejo de Comunicación Audiovisual -ya que uno asesoraba al otro- y una unidad reguladora de servicios de comunicación. Comparto la idea de que cuanto más abierto sea un ámbito y cuantos más participantes haya en las comisiones, más democrático es, pero no de que haya tantos órganos, que obviamente aportan para que se cumpla la normativa.

Con respecto a la independencia de los periodistas, referida en el artículo 42, me gustaría que nos pusieran un ejemplo de cuándo se están vulnerando esos derechos para poder entenderlo.

El artículo 50, referido a eventos de interés general, habla de que se puedan retrasmitir o llevar las señales a todos los hogares en instancias definitorias. Me da la impresión de que este artículo prácticamente no cambia con el artículo actual de la ley,

salvo el inciso final. Me gustaría saber si cuando se redactó la actual ley ustedes también hicieron este tipo de comentarios o si se refieren solo a este artículo, en el cual yo no encuentro una diferencia sustantiva. También quisiera saber si aún siguen sosteniendo lo que están diciendo y si nos pueden decir en cuantas localidades del país entienden que TNU no estaría llegando y que, por lo tanto, se corre el riesgo de que se tenga que hacer cargo de los costos para brindar ese tipo de servicios.

SEÑOR CURBELO (Luis).- Comienzo a responder por el final.

A propósito del último tema que planteaba el diputado Martín Melazzi, en realidad, la referencia que nosotros planteamos es que la retrasmisión del evento sea en forma gratuita, que es lo que se elimina en el artículo 50. Esa es la preocupación que tenemos. Se elimina la anterior referencia en el artículo 40 de la Ley N° 19.307, que dice: "En el caso de que ningún titular de servicios de radiodifusión de televisión abierta estuviera interesado en adquirir los derechos de emisión o retransmisión, el titular de los derechos deberá autorizar al Sistema Público de Radio y Televisión Nacional la retransmisión del evento en forma gratuita". Se elimina la gratuidad. Por lo tanto, en el caso de que ningún proveedor privado quiera adquirir esos derechos, el sistema público, o sea TNU, está obligado a retrasmitir eso, pero pagando el costo que el propietario, en este caso Tenfield, se digne a ponerle a ese producto. Y el perjuicio no solo sería al erario, porque probablemente TNU termine por no cumplir con esto, sino también a la gente del interior que se quedaría sin ver estas instancias. La diferencia está en esa palabra que parece poco importante, pero que en realidad significa mucho dinero.

Con respecto a la superposición de organismos, nuestro planteo va estrictamente -como ya dijimos- en el sentido de asegurar la participación ciudadana. Ni en la Ursec, ni en el Consejo de Comunicación Audiovisual hay una participación ciudadana abierta como sí está planteada en la Comisión Honoraria Asesora de Servicios de Comunicación Audiovisual -Chasca-, o en el organismo que refiere específicamente al Sistema Público de Radio y Televisión Nacional. No consideramos que haya una superposición de funciones porque las definiciones de las autoridades de la Ursec no las toma la sociedad civil, sino el gobierno en representación política o técnica, y nos parece importante preservar; aunque a priori pueda parecer una superposición, no consideramos que sea así, porque en este caso están los trabajadores, los usuarios, la sociedad civil, la academia, las instituciones públicas en general.

Con respecto a la pregunta del diputado Javier Umpiérrez en relación a la comisión de notables, quiero aclarar que eso no está planteado en el proyecto, ni fue explicitado. Fue propuesto en su momento por el colega Gerardo Sotelo cuando asumió funciones; inclusive, realizó algunas consultas con determinadas personas, a las que él consideraba notables, que podrían asesorar a los medios públicos y que, de alguna manera, serían la sustitución de esta Comisión Honoraria Asesora del Sistema Público de Radio y Televisión Nacional. El propio Gerardo Sotelo dijo que no había logrado el consenso entre varias de las personas a las que había consultado para terminar de conformar esa comisión de notables. Yo no sé si eso sigue en pie, pero es la única referencia que hay de una participación ciudadana para asesorar el trabajo de los medios públicos. Eso no ha quedado sustanciado en ningún proyecto de ley. Esa es la respuesta a la pregunta del diputado Javier Umpiérrez.

SEÑOR DELGADO (Roque).- En cuanto a la pregunta del diputado Javier Umpiérrez sobre la cantidad de despidos que hubo este año en el sistema de televisión para abonados, cabe destacar que nosotros casi no tenemos organización en el interior del país por no contar con los medios económicos para trasladarnos hasta allí a organizar a los trabajadores. Obviamente, a los dueños de los medios no les gusta que haya

sindicatos y, muchos menos, los trabajadores que andan sueltos por el interior. En definitiva, los números que tenemos están en el entorno de cuarenta trabajadores en Equital, más treinta en Monte Cable -son setenta-, más otros treinta de Direct TV, que ha tomado la decisión a nivel continente de empezar a retractarse un poco en el mercado. El número que tenemos de afectados es un poco más de cien. No tenemos los números exactos por desconocimiento de las cifras del interior.

Cuando nosotros fuimos despedidos recurrimos a Dinatra para ver si podíamos llegar a una solución. Simultáneamente, el gobierno había flexibilizado la extensión de los seguros de paro, y quisimos aprovechar esa oportunidad no para quedarnos caprichosamente con el puesto de trabajo, sino para tener por lo menos un mes más de resguardo con el seguro de paro. La idea original era esperar a que esta situación evolucione para que esta cantidad de mano de obra calificada pueda salir al mercado laboral con la pandemia casi finalizada -ojalá que se termine- y con cierta reactivación económica empezando a surgir. Es evidente que para estos cien trabajadores no se aplicó ninguna de las políticas que el gobierno puso arriba de la mesa, precisamente, para evitar la ruptura del vínculo laboral. Pero lo que más nos preocupa es que casi el 70% de ellos eran dirigentes sindicales o integraban el sindicato. Este dato es el que más nos inquieta, teniendo en cuenta que, según informaciones de los dueños de los medios, a nivel de Latinoamérica el crecimiento del consumo de la televisión para abonados había sido exponencial.

SEÑOR REPRESENTANTE CAGGIANI (Daniel).- Quiero dar la bienvenida a los integrantes de la delegación de la Asociación de la Prensa del Uruguay, siempre es un gusto escucharlos.

Les pido disculpas por llegar cuando ya estaban exponiendo y, tal vez, ya se refirieron a algunos elementos sobre los que voy a hablar; no obstante, fueron muy específicos en el resumen que hicieron.

Fui anotando todos los artículos que ustedes entienden que son una regresión desde el punto de vista de la actual legislación y de lo que propone este proyecto.

Quiero formular algunas preguntas específicas. Todos sabemos que el origen de este proyecto está en la ley de urgente consideración que contenía más de quinientos artículos y que el Poder Ejecutivo envió al Parlamento para tratar. Hay dos artículos muy específicos contenidos en esta ley. El artículo 48 tiene que ver con la flexibilización o privatización de cierto mercado de la empresa telefónica y de datos más importante del Uruguay. Como Asociación de la Prensa del Uruguay entienden que no es conveniente avanzar en ese tipo de desregulación del sistema de suministro de internet al hogar. También hay ciertos aspectos de esta ley -que hemos estado analizando a partir de la concurrencia de algunas instituciones que han venido a disertar aquí en esta Comisión- que tienen que ver con la modificación del artículo 16 que, entre otras cosas, establece a texto expreso una redefinición del concepto de grupo económico. En ese mismo artículo se establece la ampliación de las licencias o de los permisos que tendrían cada una de las empresas que prestan servicios. Se modifica el concepto de grupo económico; a veces hay personas que son titulares de un grupo y pertenecen al mismo grupo. Creo que esa es una de las cuestiones más complicadas que tiene la ley. Inclusive, nosotros podemos volver a la redacción original de tres permisos por empresa, pero si mantenemos esta redacción, sumado a lo que muy bien decía el delegado de la APU, en cuanto a que también se permite la extranjerización de los medios que hoy existen, podemos generar un efecto no previsto por quien redactó la ley. Me parece que es un efecto perverso desde el punto de vista de lo que puede generar al mercado de la televisión para abonados del Uruguay y, sobre todo, para las empresas nacionales

porque estamos abriendo una puerta que después es difícil cerrar, pues estamos hablando de grandes colosos de la comunicación. Me gustaría conocer su opinión al respecto -no sé si ustedes la dieron al principio- porque es importante.

Aquí se habla del fortalecimiento del sistema de medios públicos, y ustedes representan a los trabajadores; parte de ellos representados por COFE. En las últimas horas se ha conocido una serie de decisiones de las autoridades que regulan los medios públicos sobre despidos y cese de más de cuarenta contratos de las radios nacionales. Quería saber cuál es la realidad de los medios públicos y de los canales de Montevideo. Supongo que ante esta situación debe haber habido una serie de modificaciones en los contratos laborales. Es importante saber esto porque es parte del negocio que queremos regular mejor.

Esas serían las tres preguntas específicas.

SEÑOR TINAGLINI (Gabriel).- Es un gusto recibirlos.

Llegamos un poquito tarde, pero tenemos los elementos como para poder hacer algunas consultas.

Escuché que los despidos se produjeron en Montevideo, fundamentalmente, en empresas que operan en esta ciudad. Entonces, quisiera saber si tienen algún dato sobre los cableoperadores del interior del país. En definitiva, también nos preocupa y no hemos escuchado nada al respecto.

En este ámbito hemos recibido a la CUTA, Cámara Uruguaya de Televisión para Abonados. Hoy existen acuerdos comerciales entre Antel y cada uno de los cableoperadores del interior, pero en Montevideo, algunos cables se bajaron de ese acuerdo porque necesitaban las licencias, y ustedes saben lo demás. Quiere decir que la herramienta está y lo hemos dicho varias veces.

La argumentación de la CUTA es que se posicionaría diferente el negocio si a la fecha Antel no estuviera obligado. En cambio, con la nueva ley, Antel quedaría obligado a negociar sí o sí.

La pregunta es si ustedes han detectado algún inconveniente en comercializar también internet a través de los cableoperadores del interior. Sabemos que la tendencia es que si no acceden a ese mecanismo, desaparecen. Esa es la realidad que está hoy arriba de la mesa. La pregunta concreta es ¿cómo ven ustedes que los acuerdos de negocios se mantengan incorporando internet, en las condiciones que Antel crea conveniente, y que sea de mutuo acuerdo? Creo que hay una complementariedad que ha funcionado y que va a seguir funcionando porque muchos de los cableoperadores son los que también hacen el tendido de la fibra, en los últimos metros de acceso a la casa del cliente. Eso quiere decir que el sistema ya está.

Evidentemente, ellos dicen que hay un artículo que les da la protección del territorio, es decir que los protege como para que, en Montevideo, los cables no invadan esos últimos metros. La otra pregunta es si tienen idea de cuánto se puede llegar a revalorizar el permiso de un cableoperador en el interior con esta posibilidad de comercialización y de extranjerización.

Por otra parte, uno de los argumentos de por qué cambiar esta ley actual es que la ley es hiperreglamentarista, como que es muy estructurada. Eso es lo que se establece en la exposición de motivos. Quisiera saber cómo lo ven ustedes, si los medios han tenido alguna limitante con la ley actual; si esa hiperreglamentariedad pudo haber afectado los números de recaudación. Por lo que ustedes están manifestando, no ha tenido ningún impacto negativo.

SEÑOR PRESIDENTE.- Le agradezco al señor diputado que su exposición sea lo más resumida posible, y a la delegación también, porque ya estamos diez minutos pasados del tiempo estipulado; sobre todo, por respeto a las demás delegaciones que están esperando afuera. Muchas gracias.

SEÑOR REPRESENTANTE MELAZZI (Martín).- Simplemente, quería reiterar la pregunta sobre el artículo 42 que había quedado sin contestar; nada más.

SEÑOR CURBELO (Luis).- Me había olvidado de la consulta del diputado Melazzi.

En realidad, estamos hablando de la situación que se plantea a un periodista que escribe una nota en un medio de comunicación, ya sea en la prensa escrita o en cualquiera de las distintas plataformas. El periodista hace una investigación, plantea una información, la redacta de determinada manera en función de sus fuentes y de lo que ha averiguado como periodista, y pone su nombre firmando esa nota. Si el editor de ese medio -ya sea digital, escrito o de cualquier naturaleza- modifica ese contenido, el periodista tiene el derecho a pedir que se retire su nombre de ese artículo, porque no es lo que él escribió. A eso se hace referencia cuando se habla de la objeción de conciencia, y no es una situación que ocurra permanentemente, pero muchas veces -todos lo hemos visto- la nota dentro del diario, firmada, tiene determinadas características -los diarios escritos en nuestro país son cada vez más una cosa del pasado; prácticamente nos queda un solo diario de circulación nacional, lo cual es lamentable-, y el título en la tapa no refleja el contenido de la nota. Lo que se plantea en estos casos es que no exista la posibilidad de que el editor o el dueño del medio presione al periodista y que él no tenga ningún sustento legal para decir: "En este caso quiero aplicar mi objeción de conciencia, que se utilice mi nombre para una nota que no refleja mi trabajo". Esa es la situación.

SEÑOR DELGADO (Roque).- Voy a responder la consulta del diputado Tinaglini acerca de cómo la ley actual permite cierta asociación como tiene la CUTA con Antel.

Que un sistema de televisión para abonados pueda pasar a vender datos o a trabajar con datos, evidentemente, es un plus para el negocio. En realidad, es un plus basado en un modelo de la televisión por cable alemán, que Andebu particularmente persigue desde hace mucho tiempo.

La red de Montevideo fue preparada para vender ese servicio por un sistema de cable coaxial y se le dijo que no, resguardando esos datos en Antel. Esta apertura le da otra capacidad de negocio.

Sobre todo los cableoperadores del interior, en particular, los que están concentrados en CUTA, siempre se excusan en que tienen pocos abonados, que son chiquitos, que no pueden tener cuarenta camionetas como en Montevideo, pero a nivel salarial nosotros nunca logramos avanzar. Me refiero a que el tema no está en el salario que tiene que percibir ese trabajador porque está alojado en el interior. Para mantener un cable de cincuenta mil abonados en Montevideo hay que tener cuarenta trabajadores con las camionetas equipadas, pero eso no quiere decir que en el interior, además de tener un solo técnico que haga todas las tareas, encima le paguen la mitad, tal como pasa. Eso para hablar un poco de la CUTA, que obviamente, dice: Si me dan los datos, mi negocio incrementa.

No tenemos cifrado esto.

Si se tienen pocos abonados en el cable, no creo que vayan a tener muchos más en el sistema de datos que permita que se pueda rescatar el negocio. Me parece que el problema está por otro lado, como puede ser el hecho de que haya muchos oferentes en las distintas localidades.

SEÑOR ÁLVAREZ (Javier).- Para complementar lo que decía Roque Delgado y con respecto a la cantidad de trabajadores que vienen perdiendo el empleo, debemos decir que, debido a que nuestra organización sindical es muy limitada en cuanto a los núcleos de trabajadores que están en el interior, nuestros datos no son muy acotados a la realidad, o no son certeros. Lo que podemos decir es que en la última semana se perdieron dos o tres puestos de trabajo en el cable de Rivera y que el cable de Tacuarembó, que se había transformado en una cooperativa, cerró, o sea que la realidad del interior es compleja; no es un tema de ahora; es históricamente compleja por la dependencia que tienen como proveedores de servicios, materiales, y contenidos de los cableoperadores de Montevideo.

Lo que ellos plantean es que quieren romper con esa dependencia. Como decía Roque Delgado, muchas veces sus problemas no tienen que ver con la dependencia, sino con la cantidad de servicios que se prestan por localidad, y a veces el mercado no permite esa cantidad de empresas, por ejemplo, en muchas ciudades pequeñas del interior, se ve mucho más limitado.

Esa posibilidad que tienen de exigir que se les habilite brindar servicios de datos o tener un nuevo panorama en cuanto al negocio de los datos y servicios que posibilitan ese sistema, hoy algunos servicios lo planteaban en función de sus contratos o sus negocios con Antel. Quizás, con este nuevo proyecto es lo que se está haciendo, y por eso alertábamos al principio que se podía estar llevando un proceso indirecto de extranjerización de las comunicaciones en función de esto: Como no quiero ser dependiente de los cableoperadores de Montevideo, tampoco quiero ser dependiente de Antel, y entonces, termino negociando con empresas multinacionales.

Eso es un poco lo que la redacción de esta ley habilita, es decir que aparezcan nuevos actores en el negocio, y también obliga a que parte de la red o la red de Antel sea habilitada a la utilización de privados, no estableciendo contrapartidas. A su vez, habilita a que nuevos operadores extranjeros empiecen a funcionar con nuevos servicios de televisión en el país. En realidad, ese combo lo que está planteando es un escenario de extranjerización. Lo alertamos, lo observamos y notamos que, como quedó claro en los montos que se plantearon en cuanto a las recaudaciones de las empresas de abonados, no solo es un negocio que económicamente funciona bien, sino que debería tener unas perspectivas de desarrollo que hoy no están planteadas. Creo que ese es un tema de cómo visualizan las empresas o los dueños de las empresas de televisión -que en el futuro con seguridad serán de datos- este negocio.

Por las características que tiene la estrategia que ellos están llevando adelante, podemos decir que es una estrategia de acumulación para luego cederla en función de los réditos económicos que van a tener al vender esos servicios a empresas multinacionales.

En cuanto a la pregunta formulada, la respuesta es que sí, que establece un riesgo de extranjerización de los servicios de comunicación nacional.

SEÑOR PRESIDENTE.- De mi parte y de toda la Comisión les agradecemos su interés por haber venido a manifestar su posición con respecto a este proyecto de ley que estamos tratando, y quedamos a disposición para recibir cualquier material que nos quieran hacer llegar. Muchas gracias.

(Se retira de sala la delegación de la Prensa Uruguaya, APU)

(Ingresan a sala representantes de la Asociación de Productores y Realizadores de Cine del Uruguay, Asoprod).

——La Comisión tiene el agrado de recibir a una delegación de la Asociación de Productores y Realizadores de Cine del Uruguay, integrada por su exvicepresidente y socio, señor Diego Fernández y por el directivo, Martín Ganz.

SEÑOR FERNÁNDEZ (Diego).- Quiero aclarar que nosotros no solo somos una asociación de productores de cine, sino también de contenidos audiovisuales en varios aspectos. Precisamente, hoy son nuestros asociados los que están realizando series para Amazon, para Neflix, en Uruguay. O sea que el concepto de cine es más amplio que lo que se ve en las salas cinematográficas.

Yo quiero hacer un breve repaso del proceso de cómo llegamos acá. Nos interesa hablar mucho más -sobre todo, estando en una Comisión de Industria, Energía y Minería- del momento en el que estamos y del futuro hacia donde nos dirigimos, porque estamos como en un punto de inflexión en cuanto al desarrollo de esta industria y de las posibilidades de Uruguay, como país, y de su inserción en un mercado que -como todos sabemos- ha estado variando de forma muy vertiginosa.

Yo participé en el Consejo Asesor que trabajó durante cuatro meses en el proyecto de la ley anterior. Reconozco -no venimos a hablar de posturas políticas- que fue un proceso interesante, porque en la misma mesa, junto a un representante de Andebu, de APU, de las radios del interior, estábamos los productores y quien habla. Fue una instancia muy interesante, y de lo que salió de ahí hay algo que estaba bien, porque todos pudimos exponer nuestros puntos de vista. La verdad me sorprendió que en muchas cosas estábamos mucho más de acuerdo que en contra.

Entonces, a mí, que lo viví de adentro, no me pareció un proceso traumático, de pelea ni de nada, sino interesante como experiencia para entender el punto de vista de los demás. A raíz de eso, hubo una ley que tardó mucho en salir y, luego, tardó muchísimo en reglamentarse. Si uno se pone a pensar en cómo varió el mundo en diez años -que fue el tiempo que pasó desde que empezó ese proceso hasta el día de hoy-, creo que la principal gran lección que tenemos que aprender es que los tiempos son tremendos hoy en día y no podemos dormirnos y no hacer las cosas que deberían hacerse.

Ya estuvimos leyendo que hay muchos aspectos de esa ley que van a sufrir cambios. Hay un concepto que se manejaba que está bueno destacarlo. Me refiero a que hubiera un canon que, más allá del monto, nos parecía que era algo que servía para estimular a la producción de industria nacional. También es así, porque si nos fijamos, la industria televisiva en el Uruguay tiene una particularidad: si bien ha facturado mucha plata durante muchos años, nunca fue una industria exportadora ni generadora de contenidos de valor. En realidad, si uno mira, la televisión uruguaya prácticamente nunca vendió formatos ni productos. Nos tenemos que remontar a los años setenta, cuando se vendía a Argentina programas de humor y se rehacían en ese país; quizás, el último momento en que la industria televisiva uruguaya tuvo siempre como su modelo de negocio la publicidad, la venta de publicidad o un contenido que sirva para vender publicidad, pero no generar un contenido que valga por sí mismo y pueda trascender las fronteras uruguayas. Ese no es un problema de los canales, sino un problema del modelo de negocios que siempre existió. Aparte, ese modelo está en franco retroceso; todos sabemos que la televisión abierta con publicidad espacio, publicidad lineal, está en retroceso; yo doy clase a gente de veinte y treinta años, y no miran la televisión abierta, no saben qué programas hay. Por lo tanto, o empezamos a cambiar también la mirada de qué es lo que está pasando y qué es lo que viene hacia delante, o nos quedamos perdidos.

Entonces, lo más importante hoy en día es pensar en generar contenidos originales de calidad, ahí es donde está el modelo del negocio. Perdimos una oportunidad anterior -creemos todos-, porque con todos esos años de una industria que facturaba de manera robusta no se logró, cuando hay países -no es un tema solamente de tamaño- como Israel, que en su momento hizo una serie que se llamaba *In Treatment*, que la rehizo HBO, se rehizo en cuarenta países, inclusive en Argentina y acá, y se filmó en parte acá. Ese era el negocio interesante: generar formatos que trascendieran y se vendieran en otros lugares. Ese tren ya lo perdimos, ya pasó; entonces tenemos que ver cuál es la modalidad que ahora está sucediendo y que tenemos que tratar de aprovechar, porque tenemos muchas capacidades. Hoy en día la proyección del negocio pasa mayormente por las OTT -las *over- the- top-,* como Netflix, Disney Plus, Amazon, algunas de las cuales, están viniendo a filmar aquí, pero lo están haciendo en una coyuntura muy parcial, en este momento Uruguay es un lugar donde ellos pueden venir a filmar, pero estamos teniendo esa posibilidad por una circunstancia desgraciada, por la pandemia, no por algo positivo; pero esa posibilidad está: el tema es que no pase esto, se vayan de vuelta a otros lados y no sigan viniendo acá. Entonces, ya que tenemos esa posibilidad, tenemos que pensar cómo hacemos para que esto sea un desarrollador a largo plazo. Y tampoco necesitamos tanto, porque somos un país pequeño en el cual con que pasen solo algunas cosas, ya para nosotros mueve mucho la aguja en relación a lo que es el volumen de negocios internacional.

Hay un ejemplo también que es muy interesante, que es el de Nueva Zelanda, para pensar en un país con el que podamos más o menos compararnos; de hecho, ellos están en una isla, realmente más lejos de todo que nosotros. Ellos, por ejemplo, desarrollaron a un director como Peter Jackson, quien logra hacer películas que trascienden Nueva Zelanda. Peter Jackson hace *El Señor de los Anillos*, una megaproducción vinculada con Hollywood, y la lleva a hacer a Nueva Zelanda, lo que, a su vez, pone a ese país en el mapa, y no solo hace eso, sino que desarrolla capacidades. Hoy en día Nueva Zelanda es uno de los centros de posproducción más importantes y cierta parte de la posproducción de las películas de Hollywood se va a hacer allí. Es decir que se trató de un desarrollo que no fue circunstancial, sino que permitió que esa industria permaneciera y siguiera creciendo. Eso es más o menos lo que nosotros nos tenemos que plantear acá; más allá de cómo estamos regulando la televisión abierta del día de hoy -que es en un modelo que no es el que parece que se va a desarrollar más a futuro-, tenemos que pensar cómo generar desarrollo para estar dentro de la industria internacional de una manera que no sea circunstancial.

Para eso hay distintas opciones. Hay un programa que es interesante, el PUA, que se está viendo si se afinca. Un problema con el que siempre nos enfrentamos tiene que ver con que haya recursos genuinos para esta industria, por ejemplo, el Fondo de Fomento del Instituto de Cine. Y cuando hablamos de cine, estamos hablando de todo, estamos hablando de posicionamiento internacional, o sea, es como el INAC del audiovisual. Es decir, no estamos hablando solo de la producción de películas, sino también de cómo nos movemos estratégicamente a nivel internacional, cómo posicionamos nuestros productos. Entonces, el ICAU siempre está pendiente, pero ahora no se actualiza el Fondo, entonces, se viene perdiendo parte de lo que tiene, y siempre estamos como de atrás, con una industria que se supone que es estratégica.

Por lo tanto, nuestro planteo tiene que ver con pensar cómo proveemos a esta posible industria que tenemos de recursos genuinos que trasciendan decisiones puntuales. Ahí es donde vamos a tener que trabajar en cómo obtener recursos a través de donde está creciendo, que es en las OTT, que permitan que esto se desarrolle de forma más estable. Existen posibilidades; por ejemplo, que las OTT deban reinvertir. Eso

está pasando en España, en Europa. Si Netflix hace negocio acá, tiene que reinvertir una parte y producir aquí; tiene que incluir un porcentaje de contenidos uruguayos, esto también es importante. Hoy en día en la grilla de Netflix prácticamente no hay nada uruguayo. Es tremendo que no tenga que incluir por lo menos una mínima cuota y mostrarla.

SEÑOR GANZ (Matías).- En este momento se les está cobrando a Netflix y a Spotify -aunque esta última es de música y no nos compete- por impuesto a la renta de no residentes más el IVA, aproximadamente un 30% de la facturación. Se calculó que en 2019 Netflix y Spotify pagaron anualmente, por ese concepto US$ 24.000.000 que entraron al Uruguay. Como para poner una referencia, el Instituto del Cine recibe $ 50.000.000 de pesos anuales, más o menos US$ 1.000.000, que es lo que el Estado pone en la producción cinematográfica. Ahora, con esta herramienta del PUA eso se va a incrementar, pero igual, si se compara con la cantidad de plata que facturan las OTT o las empresas de distribución de audiovisual en plataformas en Uruguay es una nimiedad.

SEÑOR FERNÁNDEZ (Diego).- Supongamos que es la mitad lo de Netflix; supongamos que Netflix está aportando US$ 12.000.000 por una distribución de contenidos que vienen de afuera sin ninguna exigencia de producir ni de integrar un porcentaje de contenido nacional, más allá de que hay; de repente hay películas uruguayas que entran por afuera, por otros lados, por distribuidores de otros países, pero no porque tenga una necesidad de hacerlo acá. Podemos decir que el Estado está invirtiendo en su principal herramienta de fomento de esta industria que es estratégica la doceava parte, y no estamos hablando ni siquiera de que tendría que estar pagando un canon a través de los medios tradicionales o de la televisión satelital por ejemplo, porque no estamos hablando solo de los canales de aire, estamos hablando de Directv, que es una megaempresa internacional que tiene un montón de usuarios y factura un montón de plata. Entonces, si comparamos lo que estamos apostando para desarrollar esta industria y lo que estamos gastando todos los uruguayos en ella pagando por contenidos, no hay ninguna relación.

Tenemos que ver cómo podemos hacer para tener una herramienta útil y con recursos propios. Así como sucede con el INAC, que se financia a través de la propia industria y esto se puede reconvertir para que se distribuya de una manera estratégica estimulando lo que se necesita, tendríamos que pensar cómo hacer para generar recursos, quizás sea a través de gravar los datos -eso hay países que lo están haciendo-, cobrar un mínimo porcentaje por la transmisión de datos, porque ya tenemos que pensar en la actividad y no en el medio. No sabemos dentro de cinco años -y menos dentro de diez años- cómo se van a transmitir los contenidos audiovisuales, pero la gente va a seguir viendo películas, va a seguir viendo series, y tenemos que pensar una manera de generar una herramienta que tenga recursos genuinos, propios del sector; no estamos hablando de sacar recursos a otros, sino de que una parte de lo mismo que el sector mueve sea para una herramienta estratégica que podamos ir manejando a medida que vamos viendo y detectando las oportunidades. Hay un ejemplo que me parece simpático: es como si estuviéramos en un río, moviéndonos en kayaks; tenemos todas las capacidades, tenemos una bahía preciosa y todo, pero por el río también van pasando todos los veleros, y los veleros no están viniendo acá. De repente ahora, con la pandemia, hay alguno que recala acá, pero no porque tengamos generada una estrategia real con posibilidades.

Es decir, tenemos una infraestructura, pero nos falta capacidad para proyectar y decir que vienen ciertos veleros, y que la otra gente vea que Uruguay es un país en donde hay veleros, y se genere una mayor retroalimentación. O sea, de hecho, hoy en día están viniendo Amazon, Netflix, a filmar y las experiencias en general siempre son

buenas. Recuerden que en este país hace veinte años no se hacían películas, y hoy en día tenemos una producción estable, reconocida, pero muy atada a las posibilidades que tenemos; las herramientas que tenemos nos están limitando. Entonces debemos pensar en cómo generar una herramienta útil y que trascienda, que no haya que ver en cada presupuesto cuánto le toca al ICAU, sino que la herramienta vaya de por sí. Y hay países que son mucho más caóticos políticamente y todo, pero sus políticas de Estado no se tocan y trascienden los distintos gobiernos.

SEÑOR PRESIDENTE.- Me voy a permitir hacerles alguna consulta, ya que ustedes mencionaron el fondo para la generación de contenido, el canon. Cuando se planteó por alguna de las delegaciones que vinieron que un canon que se utilizaba para la generación de contenido nacional se iba a quitar, en un primer momento, para mí fue una preocupación e investigué un poco más qué contenido se había generado con este canon en este tiempo, y la información que obtuvimos fue que no se había generado absolutamente nada, ni un documental, ni una propaganda, ni una miniserie. Al menos la respuesta que se nos dio fue que no se le había dado absolutamente ningún uso a ese canon hasta el momento actual. En función de eso es que realmente uno empieza a entender el planteo de que ese canon ya no esté incluido dentro de la ley de servicios audiovisuales.

SEÑOR REPRESENTANTE CAGGIANI (Daniel).- Es muy interesante escuchar las diferentes exposiciones que ustedes han hecho con respecto a este tema. Sin duda uno de los ejes que vertebran el nuevo proyecto de ley de modificación de la ley de medios está enrabado, según su exposición de motivos por lo menos, con la convergencia, y allí se habla de que los sistemas de comunicación están convergiendo hacia los aspectos digitales y de que en realidad el Uruguay tiene una regulación que es incluso bastante arcaica. De hecho, fue parte de la argumentación que se dio en la propia discusión de la ley de medios en su momento. Creo que esta ley no plantea absolutamente nada de lo que ustedes están diciendo, que es hacia dónde avanza el negocio del audiovisual en el mundo y que el Uruguay no se estaría preparando de manera acorde, o sea, la convergencia no estaría siendo contemplada en la redacción de este proyecto de ley, más allá de que después eso siempre tiene condicionamientos que tienen que ver con otro tipo de temas.

Ustedes expresaron que consideraban un retroceso la no contribución por el uso del espacio radioeléctrico por parte de los canales de televisión porque eso quitaría dinero al Fondo. Nosotros fuimos de los que en el período pasado trabajamos para que se indexara el Fondo y fue un logro importante; lamentablemente hoy se congeló. Quisiera saber, en todo este desarrollo del audiovisual de manera incipiente, que sin duda tiene grandes problemáticas, qué papel cumple tener una empresa de telecomunicaciones como Antel en la red de datos, que supongo que es algo que también sirve para presentarse. Y supongo que es parte de lo que evalúan las grandes productoras internacionales cuando vienen acá en términos de las infraestructuras públicas y privadas que se prestan, y eso también es un valor que a veces no reconocemos en la discusión y que me parece importante, porque este proyecto avanza en otra lógica que también es importante para nosotros debatir después en la Comisión.

Ustedes mencionaron que España estaba ahora regulando las plataformas digitales para establecer algunos contenidos nacionales. Creo que este proyecto no contempla nada, pero si ustedes tienen alguna propuesta de recomendación para la Comisión sería interesante que nos la hicieran llegar para incorporarla, porque también hace al trabajo de esta Comisión.

SEÑOR REPRESENTANTE TINAGLINI (Gabriel).- Respecto al canon y a las dudas que generó en su momento, como Frente Amplio tenemos que hacer la autocrítica de que esto se reglamentó en el último año de gobierno y recién ahí se empezó a generar el Fondo, el canon se empezó a cobrar a partir de 2019, y en el LATU creo que hay una base que se está manteniendo con esos fondos. Esa fue la contestación que recibimos a nivel del Ministerio de Industria, Energía y Minería cuando le preguntamos quién cobraba, cómo se ejecutaba y qué se hacía con eso. Capaz que ustedes nos pueden asesorar o darnos información más certera al respecto.

Evidentemente que este proyecto de ley no incorpora nada de lo que ustedes están planteando. Hay un tema que no está reglamentado a nivel nacional y creo que cada una de las diferentes intendencias va viendo las oportunidades para captar la locación. Todos somos diputados del interior y sabemos también que, si bien Montevideo tiene mucho más desarrollado todo lo que tiene que ver con locación, a nivel de las intendencias del interior, particularmente en el caso de Rocha, estamos perdiendo oportunidades fabulosas, y las vemos pasar, y hablamos de producciones importantes en muchos casos, filmaciones importantes. No hay una visión global de país sobre cómo reglamentar lo relativo a la locación. Quisiera saber cómo ven eso ustedes, porque para captar esas oportunidades, hay que tener las reglas de juego claras. En definitiva, creo que ese desorden o esa falta de reglamentación puede llegar a ser una ventaja, porque es más barato venir a Uruguay a elaborar una producción, a usar un espacio público o lo que sea, no solo para realizar cine, sino también publicidad, y en la temporada es más todavía.

Respecto a la generación de contenidos, evidentemente que ustedes están proponiendo que se generen más contenidos para poder comercializarlos y justamente esta nueva ley lo que está tratando es de no generar contenidos, sobre todo en lo que respecta a Antel -digamos-, se está tratando de sacarle la generación de contenido. Entonces, quisiera saber cómo ven eso ustedes, ya que en ese sentido estamos retrocediendo con relación a lo que están proponiendo, que es una posibilidad de futuro de generar recursos, no solo para producir contenido a nivel del Uruguay, sino para comercializarlo.

SEÑOR REPRESENTANTE MELAZZI (Martín).- Buenos días y gracias por estar aquí.

Como jóvenes que son, quiero decirles que quienes apostaban al cine hace veinte o treinta años, eran ambiciosos porque no era una materia fácil en un país con tres millones y medio de habitantes. Actualmente, las plataformas de internet y las nuevas tecnologías permiten que los grandes generadores de contenidos como, por ejemplo, Netflix abran las puertas para que se puedan brindar servicios de cine o de otras actividades. Sinceramente, creo que esta industria tiene mucho futuro. Está comprobado que los jóvenes básicamente miran lo que se conoce como *video on demand*, es decir, que consumen mucho más videos que televisión por abonados. Creo que Uruguay está muy bien posicionado en materia de redes y de telecomunicaciones, que es una gran oportunidad y un desafío que tenemos todos.

Además, nos destacamos en el mundo por la creación de software, que indirectamente va de la mano con las actividades de quienes nos visitan. Asimismo, comparto que lo más importante para el futuro y los que más se van a destacar van a ser los que generen contenido y los que den contenido. Creo que la discusión no debería centrarse por dónde va a circular el contenido; no importa por cuál autopista vaya. Nosotros deberíamos discutir que en esa autopista deberían pasar todos, porque no sabemos cuáles serán las tecnologías del futuro. Deberíamos pensar que tenemos que generar y dar contenido. Me atrevo a decir, en base a lo que mencionó el diputado

Tinaglini, que Antel no debería ser un generador de contenido, sino dar contenido. Es una opinión personal; Antel debería dar más contenido, pero no generarlo. Pienso que la generación de contenido se podría hacer por otro lado.

Simplemente, quiero felicitar a los integrantes de la delegación y decirles que miren para adelante. Tenemos la suerte de ser un país chico que nos da oportunidades y nos genera muchos desafíos. Confío en la gente joven que sabe, comprende y entiende hacia dónde va el futuro de los nuevos consumidores de este tipo de herramientas.

Se habló de US$ 12.000.000 y capaz que me distraje, porque no entendí si eso es lo que aportan las plataformas como Amazon o Netflix a nuestra producción o si es a nivel regional.

SEÑOR GANZ (Matías).- Netflix y Spotify aportaron US$ 24.000.000 por impuesto a la renta de no residentes más IVA en el año 2019 en Uruguay y eso va a rentas generales, porque no hay un impuesto direccionado hacia lo audiovisual. Comparé eso calculando que la mitad es de Netflix, que son US$ 12.000.000 anuales, pero a toda la producción audiovisual se le da US$ 1.000.000. El Fondo de Fomento Cinematográfico y Audiovisual es de US$ 1.000.000 anuales.

SEÑOR FERNÁNDEZ (Diego).- Eso incluye el posicionamiento internacional y mandar las películas a los festivales. O sea que el US$ 1.000.000 que tiene el ICAU es para todo, para desarrollar nuevas capacidades, proyectos, etcétera.

En la rendición de cuentas de 2012 se aprobó un artículo que permitía que el Ministerio de Industria, Energía y Minería cobrara el canon, pero nunca se hizo. De hecho, en esa rendición de cuentas se estableció -pueden revisarla; yo la tengo muy clara- que la mitad de lo que se cobraba iba a ir para ANEP y la otra mitad para el Fondo de Promoción. La mitad para ANEP era durante el primer período, pero nunca se cobró. Desde que se aprobó tendríamos que tener US$ 10.000.000 y deberíamos saber qué se hizo con esa plata, pero la realidad es que nunca se cobró.

El Fondo no implica sacarle plata a los canales para hacer otras cosas, sino que nuestra propuesta siempre ha sido que con ese dinero se puedan generar proyectos que luego los canales comercialicen. De hecho, en algunos países los canales aportan a un fondo, compiten y el que consigue los proyectos más interesantes, se lleva el dinero y ese es el gran negocio porque, por ejemplo, se invierte US$ 1.000.000 y se lleva US$ 3.000.000, y además se puede comercializar y vender en el exterior. En ese caso, se deja de vender solamente publicidad y se pasa a ser productor de contenidos. ¿Cómo sucede eso? Con algo que tiene que ver, tanto con las plataformas como con Antel, que es vincular la producción independiente. Netflix no hace todas las películas, sino que se alía con productores independientes y se hacen los proyectos. Eso se hace en la mayor parte del mundo, pero nosotros tenemos la visión de que si no lo hago, no es mío. A mi entender, esto se vincula con Antel. ¿Tiene que tener contenidos? No está mal. ¿Tiene que ser el productor de los contenidos? No, y ese fue uno de los problemas, porque Antel estuvo de espaldas a la producción independiente, que es donde se desarrollan las capacidades y los nuevos proyectos. Por ejemplo, en el caso de Amazon, algunos de los proyectos fueron desarrollados por una productora que tiene una pata local. Entonces, no es que Amazon viene y da el servicio, sino que se puede ser productor independiente. De la interacción entre los medios y la producción independiente salen los proyectos interesantes y de calidad, por los tiempos y las dinámicas propias.

En realidad, nosotros nunca vimos el Fondo. Sé que en febrero se empezó a cobrar, pero nunca hubo un concurso para que los mejores proyectos de calidad se pudieran producir y salir en las pantallas de los canales que aportan. Eso nunca llegó a suceder y

ese es el tren que nos perdimos. Los canales privados de aire tienen el argumento de que no pueden producir ficción porque es caro. Capaz que si se hubiera llevado a cabo un fondo al que pudiera acceder el que presentaba los mejores proyectos, los canales podrían haber producido ficción y a la larga hubiera sido negocio para todos, porque cada año podía ganar uno el Fondo y se podía producir algo de calidad para comercializar. O sea que podría haber sido un buen negocio para todos, más allá de lo que pusieran para el Fondo. Por eso, hay que entender no solo de la plata, sino también del modelo de negocios sobre el que se basa la industria. El Fondo podría ser útil, pero depende de cómo se visualiza; se pude ver como un impuesto o como una herramienta para la industria y para los que aportan, a efectos de generar nuevos negocios.

SEÑOR GANZ (Matías).- No existió el Fondo; o sea que no se produjo nada porque no existió. Tenemos entendido que en febrero de 2020 se cobró la primera cuota del canon y no fue para ningún Fondo. No se trata de que el Fondo existiera y no se hubiera producido nada sino que, reitero, el Fondo no existió.

SEÑOR FERNÁNDEZ (Diego).- Evidentemente, Antel es una ventaja que tiene Uruguay, porque somos un país pequeño con una buena infraestructura de trasmisión de datos, que actualmente es importante en el mundo. Es una ventaja que tenemos que aprovechar y se menciona cuando los productores salimos a ofrecer Uruguay.

Hay dos cuestiones. Una es hacia afuera y otra hacia adentro, y tendríamos que poder aprovechar mucho más. En el inicio de la pandemia se hizo un acuerdo que implicó que los productores cedieron en forma gratuita las películas uruguayas para que estuvieran durante un mes en Vera TV y es una pena que no suceda de manera más estable. Por ejemplo, en Argentina la plataforma más vista durante la pandemia ha sido CINE.AR, que tiene contenidos argentinos.

SEÑOR GANZ (Matías).- El acuerdo entre la asociación de productores y Antel Vera, que se hizo durante los primeros momentos de la pandemia, fue durante treinta y cinco días. Se puso a disposición un catálogo gratuito de cine nacional, de alrededor de 80 películas, que tuvieron 60.000 clicks, que fue algo impresionante. Nuestra valoración es que si se acercan los contenidos a la gente, se consumen.

SEÑOR FERNÁNDEZ (Diego).- En realidad, Antel no hizo promoción de que estaban esos contenidos disponibles. O sea que tenemos una herramienta hacia adentro de tratar de disponer de nuestra cultura, que creemos que está subaprovechada.

En cuanto a si Antel tiene que ser o no productor de contenidos, puedo decir que es muy difícil determinar qué es un medio o una empresa de telecomunicaciones, porque todo se mezcla. Por ejemplo, Movistar produce series porque es un modelo de negocios que sirve y no por eso deja de ser una empresa telefónica. O sea, ¿Antel podría producir contenidos? Sí. ¿Tiene que ser una productora? No; es mejor que se alíe con los productores independientes, que son los que saben y por proyectos se van a poder generar ciertas cuestiones. Quizás eso es lo más recomendable, porque es de donde van a salir los mejores productos.

Esto tiene que ver con las locaciones y las ventajes que tiene el país. Una de las ventajas es que tenemos un país pequeño y el traslado para una producción es mucho más barato que en otro lado. En Uruguay, recorriendo 150 kilómetros se puede filmar en las sierras y volver a Montevideo en el día, mientras que en Argentina hay que ir hasta Córdoba y alojar al equipo durante dos días. Me consta que se ha hecho mucho. Por ejemplo, Canelones tiene una oficina sobre locaciones canarias que funciona muy bien. Además, ha habido intenciones de desarrollar estas cuestiones y creemos que hay mucho por hacer. El *know- how* de Montevideo es muy bueno y tiene un ritmo aceitado

que responde a las necesidades de las producciones internacionales que son muchas. La filmación de *Conquest* fue el ejemplo de cómo eso puede afectar. Estamos convencidos de que cuantas más posibilidades haya en todas las zonas de Uruguay, va a ser mejor para nosotros. El problema no es por pagar, porque nadie va a querer ir a filmar y ahorrar US$ 800, sino saber que se llega y se tiene el permiso y está todo pensado. Muchas veces pasa que nos preguntan: "¿Tienen que estacionar camiones?" y es obvio que si es un rodaje, va a haber ese tipo de vehículos. La producción internacional no deja de ir a un lugar por ahorrarse unos "mangos", sino que va a donde le den las mejores posibilidades, estén los mejores recursos humanos y pueda sacar el mejor producto posible. Además, cuanto más talento haya, mas les va a interesar. Por eso, creemos que no solamente hay que pensar cómo se regulan los programas para los que se compra un formato y se pasan por televisión a las ocho de la noche, que son vistos por personas mayores de sesenta años, que cambian de canal cuando vienen los avisos. Nosotros queremos planificar de qué manera podemos establecer una herramienta útil y constante que pueda servir a largo plazo.

SEÑOR PRESIDENTE.- Agradecemos el interés de haber venido en el día de hoy a darnos su opinión sobre el proyecto de ley tan importante que está a estudio de la Comisión.

Quedamos a disposición por si nos quieren hacer llegar material vía correo electrónico.

(Se retira de sala la delegación de la Asociación de Productores y Realizadores de Cine del Uruguay)

(Ingresa a sala un representante de la Asociación Uruguaya de Cineastas- Gremio Cine)

——Damos la bienvenida a la Comisión al señor Daniel Fernández, representante de la Asociación Uruguaya de Cineastas- Gremio Cine.

SEÑOR FERNÁNDEZ (Daniel).- Somos el sindicato de trabajadores técnicos profesionales del cine y el audiovisual del Uruguay. A veces hay confusión y la gente interpreta que el técnico de cine es el que arregla los proyectores o cosas por el estilo.

Represento al sindicato que nuclea a los técnicos de cine, que se fundó en el año 1987 con el nombre de Asociación Uruguaya de Cineastas, que empezó a formarse durante la dictadura y los estatutos originales responden a la figura de una asociación civil, porque era difícil construir un sindicato en esa época. Esa Asociación funcionó con altibajos porque no teníamos una industria de cine muy grande, como tampoco tenemos ahora. Nosotros recogimos la intención de las compañeras y los compañeros que querían nucleares para defender su profesión y tener algunas garantías. Entonces, en el año 2004 refundamos la asociación -por eso se llama Gremio Cine- y lo constituimos como un sindicato.

Los trabajadores de cine pertenecemos a una industria eminentemente creativa, que trabaja en varios rubros. Somos los que producimos contenidos y tenemos una categorización de 46 rubros, porque se necesitan muchas profesiones para hacer una película, una serie o un comercial. La producción de contenidos requiere de muchas profesiones que son las nuestras y lo digo para explicar que hay un montón de gente que trabaja en torno a esa industria. Nosotros somos trabajadores eventuales y muchos nos confunden con independientes, pero no lo somos y los vínculos laborales más extendidos son los de las unipersonales.

Finalmente, nosotros trabajamos en relación de dependencia. Esta es todavía una larga discusión que tenemos con los empresarios y los productores, pero mucho menos con los compañeros que se acaban de ir. Con Asoprod tenemos un vínculo más cercano, pues ellos producen cine y contenidos. La producción de comerciales, como se podrán imaginar, es trabajar sobre la mercancía y el producto. Ese vínculo no es mejor ni peor, sino distinto a producir un contenido de cine. Nosotros hacemos el reclame de Coca-cola, de Monsanto o la publicidad de todos los partidos políticos del Uruguay y la campaña electoral. Nosotros producimos esos contenidos. Cuando la persona enciende la televisión, la computadora o el teléfono -ahora tenemos que hablar de muchas plataformas, por eso queríamos enfocarnos en los puntos que esta ley modifica- ve contenidos: una película, un comercial, un *Got Talent,* una película de Netflix. Todo lo que ocurre ahí se produce con este equipo de gente que trabaja en Uruguay; incluso, cuando ven plataformas como HBO o TNT, el institucional de ambos hasta hace poco estaba producido en Uruguay. De repente uno reconoce en un ramalazo una imagen del Palacio Legislativo. Pero hay una producción local hecha por las multinacionales del entretenimiento. Digo "multinacionales" no como una mala palabra, sino porque uno lo asocia con emprendimientos globales, mundiales, donde se producen contenidos que dejan mucho dinero. Las empresas más ricas del mundo son, precisamente, muchas de estas. Entre los diez más ricos del mundo no está el que produce acero, cuero o transforma materia prima, sino el que vende contenidos. Y lo que se venden son los clics del ingreso a pantalla. Seguramente, ustedes saben todo esto, pero para traerlo a tierra, quiero señalar que hay un margen de negocio en la cadena productiva en la que Uruguay interviene que es buena y genera mucho trabajo; "la cultura da trabajo", como decía Stolovich en un interesante material de hace muchos años. Ahí nos avivamos que la cultura daba trabajo. Capaz que algunos ya lo sabíamos. No obstante, hacia la interna nuestra tenemos que interiorizarnos de que somos trabajadores eventuales. Esto es como una fábrica que no echa humo, y se dice así porque es limpia. Esta industria es bastante limpia, no el cien por ciento. Lo que sí tiene es un derrame muy importante de plata, de inversión. Seguramente, los compañeros de Asoprode les habrán dicho que por cada peso que se invierte en esta industria, se generan tres o cuatro. Yo sé que eso no es plata que está arriba de la mesa, pero por cada peso que se invierte hay un retorno muy importante. Los trabajadores directos del cine somos quinientos. Son datos de una estadística que llevamos desde hace años. Actualmente, hay una falta de puestos de trabajo en la industria audiovisual. Parece mentira que el Uruguay filme estando en pandemia, y lo hace con seguridad, producto de un acuerdo muy importante y muy costoso con la Asociación de Productores y la Cámara Empresarial de Productoras Publicitarias del Uruguay. Ni bien se decretó la pandemia, nos pusimos a trabajar en un protocolo sanitario pensando que el día que hubiera que volver lo hiciéramos con mayor seguridad. Suscribimos un convenio entre el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, avalado por el Ministerio de Salud Pública -que fue el primero en América- y los trabajadores y empresarios el cine y del audiovisual.

No quiero plantear un punto de vista netamente sindical, porque para eso tenemos ámbitos de discusión del convenio colectivo en el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social y en otros lugares.

La cadena de valor es de unos US$ 300.000.000, aproximadamente. La industria mueve la aguja; no la mueve con la taquilla o el consumo interno. Es imposible. Las películas más exitosas y más vistas a nivel de contenidos pueden haber sido *En la puta vida,* que la vieron ciento veinte mil personas. El productor recibe, más o menos, $ 10 por cada entrada. No es que esto sea un negocio. Los productores que hacen cine acá no son millonarios, ni tampoco los trabajadores. Podemos ganar por día un poco más que

los demás, pero somos eventuales, *freelance*, como se dice en el mundo. El cine y los contenidos se hacen de esa forma en todas partes, no solo acá. Independientemente de que haya regulación del Estado y convenios colectivos en muchos lados, acá tenemos una industria que tiene muy baja regulación de todo lo que hacemos. No obstante, para todo lo que se produce en materia de cine, series -que es lo que más se ve hoy en día-, tenemos convenio colectivo con Asoprode desde 2012. El mayor ingreso y el más fuerte es con el sector que produce cine publicitario, pero ahí no hemos logrado tener un convenio colectivo, a pesar de que el sector publicitario -no sé si ha comparecido aquí- recibe un muy fuerte subsidio del Estado a través de la renuncia fiscal.

El Estado deja de cobrar un monto que asciende a US$ 25.000.000 para hacer el comercial, por ejemplo, de la Monsanto. Me gusta poner este ejemplo porque es siempre como el ogro de la película. Las empresas que vienen del exterior y producen, se registran en el ICAU (Instituto de Cine y Audiovisual del Uruguay), y pueden no pagar IVA. Es todo legal lo que estoy diciendo. Pero en momentos en que se está discutiendo el presupuesto, un achique, la pandemia, falta de dinero, traer a estas multinacionales a firmar es muy bueno con el PUA, con el subsidio, con estos beneficios fiscales. El PUA (Programa Uruguay Audiovisual) tiene un mecanismo que es el *cash rebate*, que es la devolución de lo que uno gasta y eso atrae inversiones.

Quiere decir que si nos preguntamos: ¿Tenemos mucho trabajo en pandemia? ¿Falta personal? Contestamos que sí. Ahora mismo hay algunos puestos de trabajo que faltan. ¿Los trabajadores tenemos soporte para todo esto? No, porque somos eventuales. Si uno trabaja, cobra; si no trabaja, no cobra. Y trabajar o no trabajar depende de un montón de factores; la pandemia fue uno de ellos. También, creo que si uno cacarea mucho en este sector, trabaja poco, porque es contratación libre. Entonces, no es que nosotros tengamos problemas de represión sindical. También, trabajan poco las mujeres, por más que de estos quinientos técnicos, la mitad exactamente son trabajadoras. En nuestro sindicato, que tiene una tasa de afiliación muy alta, son más mujeres que hombres. Sin embargo, no hay un sistema de protección para la mujer, por ejemplo, cuando está embarazada. A veces, esto no se debe a los empresarios, sino al técnico que contrata o que evalúa formar un equipo técnico y puede decidir que una mujer que está embarazada no va a poder realizar la tarea. Sucede lo mismo con las mujeres que están amamantando. No tenemos un sistema para nada; nos faltan jugadores. Tenemos que avanzar en muchas cosas. Por eso, cuando tenemos la oportunidad de hablar con legisladoras y legisladores, les decimos que echen un ojo a esta industria. Aquí no se trata de buenos o malos; ni los trabajadores somos los buenos, ni los empresarios son los malos. Somos lo que somos.

Yo hace treinta años que trabajo en el cine y hace treinta años que somos los mismos. Uno no se integró a la BBC de Londres o la TV Globo. Todos salíamos en la misma camioneta a filmar las mismas cositas. Después elegimos caminos distintos

Nosotros participamos como parte de la sociedad civil y como sindicato en la elaboración de la ley que se propone modificar. Nos gusta mucho que ustedes reciban nuestra opinión al respecto. Si creeremos en la democracia firmemente que tenemos un sindicato, pues pocas cosas son más democráticas que un sindicato. Nuestro oficio es un arte colectivo; es decir, si no se produce colectivamente, no se produce. Cuando nosotros vamos filmar es como un ejército. La disciplina con la que se trabaja en un rodaje es muy vertical. Pero en el momento en que la gente entra al sindicato, el voto del chofer de la camioneta o del que sirve el café en el *catering* tiene el mismo peso que el del director de fotografía o el del director de arte -yo soy director de arte; es decir, jefe de área-, y eso lo digo porque nosotros creemos firmemente en este proceso. No obstante, algunos compañeros se preguntan para qué todo esto, para qué tenemos que ir a la Comisión a

decir algo. Nosotros creemos que en los procesos hay que echar una mirada para la construcción de una política pública, que es lo que a nosotros más nos importa. Las políticas públicas a largo plazo deben trascender en forma sistemática a los partidos políticos que estén eventualmente en el gobierno o en el poder. Creemos en eso.

No vamos a hablar de lo que no sabemos exactamente ni destripar artículos de la ley. Simplemente, queríamos mostrarles este panorama. Lo que sí nos parece muy importante es sostener y mantener la promoción de la producción audiovisual como una cadena de valor.

Nosotros trabajamos mucho para la creación del Fondo de promoción del sector audiovisual con el fin de fomentar y promover el desarrollo de la industria audiovisual nacional, lo que libera totalmente hacia el mercado. No sé si ustedes tienen conocimiento de que se están filmando series de HBO, de Netflix, de Amazon Prime -todas cosas que nosotros miramos en la televisión-, que son contenidos, son servicios de producción. O sea, ese sector viene y produce acá algo que nos da mucho trabajo. No cuentan nuestras historias; no es esa la intención. Nuestras historias las cuenta *Alelí, El Baño del Papa, Whisky* o cualquier otra película. Eso tiene origen en el Fondo de Fomento. Tener un Fondo de promoción audiovisual nacional da origen a la gestación de los procesos. Los fondos de fomento son siempre concursables, y en cuanto se accede a ellos, se da origen al fomento. Por ejemplo, el primer Fondo de Fomento del Instituto del Cine fue el FONA (Fondo para el Fomento y Desarrollo de la Producción), de la Intendencia de Montevideo. Eso empezó a generar producción. Quiere decir que aquellos polvos traen estos barros.

Existen quinientos técnicos de cine y esta industria porque se empezó a fomentar en algún momento. Entonces, es necesario sostener ese Fondo de Fomento y avanzar hacia una regulación en cuanto a la producción, porque todo lo que vemos son contenidos. Si uno prende la tele, ve una película o un contenido nacional que está hecho por esta comunidad. Cuando viene un reclame, está hecho por esta comunidad, así como también una campaña política. O sea que somos las mismas personas las que producimos esto. Las productoras son las mismas.

El valor de la industria a nivel mundial ya no pasa por la televisión abierta desde el año pasado. Por primera vez la evaluación a nivel mundial arroja que es más lo que se ve en contenidos de plataforma de *streaming* que en canales de televisión. Eso es una señal. Cuando hablamos de cuota de pantalla nos referimos a la televisión, al cine, a los celulares, a las *tablets,* a las plataformas. Hoy, tenemos que valorar eso, porque sostiene el 60% de producción nacional.

Nosotros tenemos que acompañar esto dando una mirada a lo que es la producción nacional en cuanto a contenidos, no para ser censores o los curadores del buen gusto o del mal gusto, sino para fomentar la industria y regular esa participación. Por esta razón, tenemos que considerar esto como una comunidad y no en partecitas. Esta industria es así y funciona de esa manera. Entonces, hay que sostener el Fondo, la cuota de pantalla. Una de las experiencias más importantes de la generación de contenidos independientes en Brasil fue la promulgación de la ley que estableció, entre otras cosas -que fue una ley parecida a esta-, la cuota de pantalla, que se mantiene vigente. El gobierno de Brasil ha cambiado de signo y eso se sostiene, porque más allá de los avatares políticos, hay una grandísima industria de producción de contenidos identitarios nacionales. Eso articula con la producción de contenidos multinacionales.

Habría mucha cosa más para decir. En principio, nuestro punto de vista no es estrictamente sindical, sino comunitario. La comunidad audiovisual tiene que apostar a estas cuestiones.

SEÑOR REPRESENTANTE MELAZZI (Martín).- Agradezco la exposición.

Me gustaría saber cuántas productoras existen actualmente en nuestro país. Me quedó claro que la masa de trabajadores ronda en quinientas personas.

Desconocía que existía la posibilidad de exonerar el pago de IVA a las empresas extranjeras que apuesten a nuestra mano de obra local, lo cual felicito, pues de alguna manera estimula que podamos generar más fuentes de trabajo y mayor cantidad de productoras.

Usted dijo que tenemos una industria con muy baja regulación. Cuando hacemos una norma excesiva en cuanto a regulación, muchas veces, coarta, precisamente, el principio de igualdad, la libertad de comercio, la libertad de comunicación, entre otras libertades. Si realmente lo que usted expresa es que no existe una gran regulación en la industria a la cual pertenece, me gustaría saber si eso de alguna manera facilita producir como produce el mundo donde las normas tienen que ser acordes a los tiempos que se vienen.

SEÑOR REPRESENTANTE CAGGIANI (Daniel).- Es un gusto recibir al señor Daniel Fernández por la Asociación Uruguaya de Cineastas, Gremiocine.

Considero que la exposición que ha hecho ha sido muy interesante y a quienes no estamos en el tema nos ha dado un panorama mucho más preciso de la cadena, de cómo se organiza el sistema de producción nacional y de la realidad de los trabajadores, de los técnicos, que es un área importante.

Una de las cosas que ustedes planteaban como asociación es la necesidad de que se mantenga la cuota de pantalla, que es un aspecto central. Este proyecto de ley establece que se reduce la cuota de pantalla a Montevideo. Quisiera saber -todavía no hemos consultado a las demás organizaciones que han participado- si ustedes han sido convocados por parte de las autoridades nacionales para conocer su opinión antes de presentar el proyecto. Estimo que no, porque este proyecto salió bastante rápido. Creo que es un elemento central, porque fue uno de los diferenciales que estableció el otro proyecto de ley con sus problemáticas en su implementación, en sus tardanzas, pero una de las cosas que tenía era una muy buena base de participación en su proceso de elaboración, en su redacción, en la consideración parlamentaria. Eso también fortalece no solo las políticas públicas, sino también la democracia de un país. Quería saber si ustedes como sindicato, como trabajados, habían sido consultados porque es importante conocer eso.

SEÑOR FERNÁNDEZ (Daniel).- En cuanto a la pregunta del diputado Caggiani, debo responder que nosotros no fuimos consultados.

En otros ámbitos hemos trabajado en conjunto con Asoprod y Ceppu (Cámara Empresarial de Productoras Publicitarias del Uruguay)-, y nos han consultado, pero todavía tenemos esa cuestión de separación de las opiniones y las vistas. Esta es una industria nueva; es un sindicato nuevo; en realidad, tiene muchos años, pero no recibimos esa consulta y nos parece importante poder venir a expresar esto aquí.

Y en cuanto al otro tema, debo decir que desde hace muchos años tratamos de trascender la cuestión de discutir únicamente por vintenes y tratar de ver -porque somos parte de esta industria, chica o grande- qué pasa en otras partes. Nuestro sindicato también pertenece a organizaciones internacionales de trabajadores del cine.

Nosotros somos fundadores de una organización que se llama Federación Internacional de Técnicos de Cine, que nuclea a unos quince mil trabajadores de cine en América, del río Bravo hacia abajo. También participamos en una organización

internacional de sindicatos, donde discutimos con sindicatos americanos, canadienses, ingleses. Siempre tenemos una visión sindical.

Yo me referí a la regulación porque eso tiene que estar acompasado al nivel de la cadena productiva. Tal como decía al principio, esto es una cadena productiva chica. Este subsidio fue muy necesario; hace más de diez años que está, y eso provocó que se hiciera una mayor inversión. Ahora pensamos que hay que dar otro paso, que sería regular un poco más la actividad.

Las industrias más avanzadas tienen una altísima regulación, pero también tienen otro mercado, como la industria canadiense. Por ejemplo, yo he tenido la oportunidad de trabajar junto con canadienses, y allí uno no puede trabajar, en primer lugar, si no está afiliado al sindicato y, en segundo término, si no pertenece a un registro nacional. Ellos producen mucho para Estados Unidos, pero tienen una altísima regulación.

También es necesario desmitificar cuando dicen que la gran industria no tiene subsidios. Sí, la gran industria tiene subsidios. En Hollywood, en Canadá o en Italia hay un origen del Estado en subsidiar. ¿Por qué? Los que han trabajado mucho en eso son los franceses. La ley de cine francesa tiene su origen en 1933, cuando ellos se empiezan a preocupar. ¿Por qué? Ellos inventaron esta industria -el cine-, pero ¿qué pasaba en ese momento en Europa? Se preocuparon porque la identidad francesa a nivel cultural estaba en peligro por el atrevimiento de otras ideologías. Entonces, empezaron un proceso que hoy hace que el cine francés y la producción local francesa lleven a que los franceses prefieran ver, en primer lugar, cine francés, en segundo término, cine europeo, en tercer lugar, cine latinoamericano y, en cuarto término, cine estadounidense. Eso no llovió del cielo; es un larguísimo proceso que sostuvieron los diferentes gobiernos franceses -ya sea de izquierda, de derecha- como política de Estado.

Obviamente, nosotros no podemos ser Francia, pero también tratamos de mirar eso, y eso es producto de la regulación. Entonces, por un lado, con un mercado tan chico, ni que cada uno de nosotros viera diez veces una película, se podrían solventar los costos. Más del 70% del cine nacional vale más de US$ 800.000, y el 50% de la cadena total de valor vale más de US$ 1.000.000. ¿Hay US$ 1.000.000 arriba de la mesa? No, nunca hay. Son sistemas de coproducción, y cadenas de valor que van a otros países.

El Instituto del Cine ahora tiene, a gatas, 1.000.000. Si no se actualiza el fondo, se va a ir reduciendo paulatinamente la actualización, pero es un fondo muy pequeño para lo que vale una película. Los productores y los trabajadores tenemos que poner mucho de nosotros, porque trabajamos más, porque nos interesa más, porque hacemos más horas, porque ganamos menos. Aquí lo que más paga es la publicidad; el cine paga poco; es el hijo pobre de toda esta comunidad.

Lo de la regulación por un lado está bien. Nosotros entendemos que hay que sostener algunas partes del subsidio. Los productores de publicidad también nos dicen que eso es para producciones en el exterior o servicios de producción. Nosotros dividimos el trabajo en publicidad y en cine para Uruguay, para el exterior y servicios de producción. Eso tiene algunos salarios diferentes, pero hasta ahora todo lo que es para Uruguay no tiene ese beneficio de exonerar el IVA. Por ejemplo, si uno ve una película hecha por el flaco Tournier -el creador de "Los Tatitos"-, él paga el IVA de todo lo que compra, pero si hacemos el comercial de la compañía Monsanto, no paga un mango de IVA. ¿Hay que sacarle todo el subsidio? No; pensamos que no. Uno de los aspectos que proponíamos desde hace muchos años era que, así como está la promoción de la producción nacional -es decir, acá hay que mantener un fondo-, nosotros podemos cobrarle un poco de IVA a Monsanto y dársela al Instituto del Cine. Las producciones que vienen al día de hoy dejan muy poco dinero para el Estado, deja la industria, y a nosotros

nos da mucho trabajo. No es una cuestión de trabajo; tenemos mucho trabajo; ese no es el problema, sino que eso se sostenga y que no dependa de la pandemia, porque filmamos así porque estamos recogiendo la fruta madura de Argentina, Brasil y Ecuador, porque en esos países no se puede filmar.

Las multinacionales vienen con proyectos que valen muchos millones de dólares. Entonces, entendemos que el Estado debería decir: sí, señores, sigan viniendo.

Además, tengan en cuenta que con el PUA nosotros les devolvemos una muy buena parte de lo que invierten. Si traen US$ 100.000.000, nosotros le devolvemos US$ 40.000.000. Eso está bien; es como se fomenta la industria en el mundo.

No queremos que se piense que la ley de cine solamente es la que regula, que el convenio colectivo es solo lo que regula, que esta ley del servicio comunicaciones es solo lo que regula. El Estado tiene que echar una mirada, y el Estado somos todos; nosotros también nos sentimos parte de ese Estado, porque tenemos una asociación civil sin fines de lucro que trabaja. Entonces, hay que ver cómo se equilibran esas cuentas. Hay que seguir trayendo, pero es necesario pedir contrapartidas más fuertes, por ejemplo.

Si yo habilito que se factura sin IVA, o sea que el Estado renuncie a cobrar eso -es una renuncia fiscal-, por lo menos, a la empresa que lo hace le tengo que decir que el trabajo sea totalmente en blanco, que no tenga trabajadores en negro. Nosotros trabajamos doce horas por día; entonces, hay que decirle a esas empresas que no trabajen veinticuatro horas por día; que la hora extra no se pague tiempo y medio es ilegal; que no se pague ni una sola hora nocturna en publicidad es ilegal. Entonces, muy bien: "Venda y facture sin IVA, pero por lo menos ponga a los trabajadores en caja, tenga todo en regla".

La ley N° 18.384, la ley del Estatuto del Artista, permite estar en caja -con el cuadrito colgado en la pared, como decimos nosotros-, o sea, dependencia directa, permite las unipersonales y las cooperativas de trabajo. Las empresas unipersonales están permitidas, pero deberían estar más reguladas.

Nuestro sindicato quiere sacar un poco las cosas de los casilleros. En realidad, me refiero a las ventanillas. Uno va al Ministerio de Trabajo y Seguridad Social a plantear que hay un problema, y la respuesta es: "Vayan al Parlamento, porque habría que cambiar la ley". Cuando venimos al Parlamento, nos mandan al Ministerio de trabajo o al de industria. No; tratemos de dar una mirada a este sector, que produce mucho, mueve la aguja, marca en el PBI y tiene una parte de trabajo en gris, que es esta que estoy contando del vínculo laboral. Sé que no es un tema de esta Comisión, pero si uno va sacando pedacitos de diferentes leyes, ¿qué va a pasar finalmente, dentro de algunos años, cuando se vaya la pandemia?

Nosotros recogemos el trabajo de Brasil y Argentina. Brasil produce una enormidad, solo en cine produce 125 películas por año, Argentina, produce 70 y nosotros 8. Entonces, ¿recogemos el trabajo? Sí, claro, por ahora, pero tenemos que pensar en que la industria se sostenga. Esa es nuestra obligación como sindicalistas y como trabajadores.

SEÑOR REPRESENTANTE TINAGLINI (Gabriel).- Es un gusto recibirlo. En parte me contestó la pregunta, pero en parte me generó otra duda.

¿A qué le llamamos cine publicitario? Es una pregunta por ignorancia del tema.

Si entendí bien, la renuncia fiscal que hace el Estado es de US$ 25.000.000, pero por otro lado, ¿se le devuelve? ¿Es otro beneficio el tema a través del PUA? ¿Recibe los

dos beneficios? Ya veo que a nivel nacional en la renuncia fiscal no corre, y ¿el tema del PUA corre a nivel nacional, en las producciones nacionales?

SEÑOR REPRESENTANTE LORENZO PARODI (Eduardo Daniel).-

La verdad que me instruyó muchísimo sobre el tema.

Lo que más me llamó la atención fue el *freelance*, porque generalmente los trabajadores *freelance* dependen mucho de las inversiones de multinacionales en el exterior.

Mi pregunta es muy concreta. Sin tener en cuenta la zafra de las elecciones, ¿qué peso tiene hoy en su trabajo lo nacional con las multinacionales?

SEÑOR FERNÁNDEZ (Daniel).- Empiezo a responder por el final.

Esos US$ 25.000.000 de los que hablábamos tienen que ver con el cine publicitario, que es la publicidad. En Uruguay más del 90% de lo que se hace es publicidad para el exterior. Eso son servicios de producción, por ejemplo, una productora del exterior, una agencia del exterior, un equipo técnico que viene a filmar un pedazo o el comercial entero acá por equis motivo, porque hay playas, por cuestiones de locación, etcétera, porque también es más barato debido a que paga menos servicios. En otros países las cargas sociales son altas. Por ejemplo, acá el *freelance* es que nosotros tenemos un 80% o un 82% de empresas unipersonales, y todos nos pagamos nuestras cargas sociales. Eso es lo que no está bueno. ¿Por qué? Porque somos dependientes. Hay otro montón que son cooperativistas, en los que me incluyo. Existe la cooperativa de trabajo artístico, porque la ley permite valorarte y agremiarte, y los cooperativistas aportamos como la señora que trabaja en la panadería de la esquina o el señor que trabaja en la ferretería. Hacemos los aportes sociales en regla. Es un sistema más blanco, o menos gris. También es más costoso para quienes elegimos el sistema cooperativo, porque es menos plata en el bolsillo hoy. Yo también fui joven en algún momento trabajando en esta industria y prefería que el Estado no me metiera la mano en el bolsillo, como cualquiera. Después, con los años, uno se da cuenta que el Estado le tiene que meter la mano en el bolsillo, porque mis hijos van a la escuela pública y para los servicios que son del Estado hay que pagar impuestos. A los trabajadores les cuesta entender esto. ¿Por qué? Porque en una empresa unipersonal hay trabajadores que cuando trabajan pueden ganar una buena cantidad de dinero. Estamos hablando de que, por ejemplo, los servicios de publicidad pagan altas tarifas en dólares cuando se trabaja. No todos trabajan de la misma manera. Directores de arte, directores de fotografía, jefes de producción, por ejemplo, cargos creativos importantes no somos tantos, y uno depende de estas personas. ¿Por qué? Porque hacen su aporte. Depende menos de otros, porque el chofer de una camioneta es valioso en la producción, pero puede conseguir otro; no se necesita tanta experticia. Quizás, uno puede ganar unos miles de dólares por mes cuando trabaja en la zafra, y eso está bien, pero los tiene que repartir en el resto del año, porque no trabaja todo el año. Entonces, el que gana US$ 1.000 por día, el día que trabaja -quizás, trabaja tres días al mes-, son US$ 3.000, pero según lo que haga. Esos son los días de rodaje, cuando se filma efectivamente, pero como para esos tres días es necesario trabajar otros veinte días, hay algunos que ganan más y otros que ganan menos. El que gana US$ 100 por día, o US$ 50, o US$ 25, paga lo mismo en una unipersonal que el que gana US$ 1.000 por día. O sea que existe una gran inequidad. Es opción del trabajador, pero el sistema no está bien. No podemos sostener una industria seria porque esto de las empresas unipersonales no existe en casi ninguna parte del mundo en este nivel.

El porcentaje de producción nacional ronda el 15% de todo esto. Cine publicitario le decimos a la publicidad, a los comerciales, que pueden ser muy grandes, muy

importantes, pueden tener muchos días de rodaje, pero también puede ser un comercial chiquito. Sin embargo, el impacto de la producción nacional ronda el 15%. Cuando hablamos de esos US$ 25.000.000 nos estamos refiriendo a comerciales o películas para el exterior, o comerciales como servicios de producción, que son los que reciben la exoneración fiscal, que está bien, es legal, y ocurre.

Una empresa puede beneficiarse del PUA, de esa devolución. El *cash rebate* es devolver parte de la inversión. En el PUA anterior -no sé en este, porque no lo vimos en la ley de presupuestos, entonces no sabemos si estará o no; hemos hablado con el director de ICAU (Instituto de Cine y Audiovisual del Uruguay), él dice que va a estar, pero no sabemos si será así porque no lo hemos visto escrito- igual derramaba un poco de dinero como apoyo a la producción nacional. No era para publicidad, no beneficiaba a los servicios publicitarios; era solo cine de contenido.

Reitero que cuando uno dice "cine" piensa en "*El baño del papa"*, pero cuando uno dice "cine", también piensa en *House of cards*, o algunas series que se producen acá. Cuando hablamos de "cine" no nos referimos solo a las películas nacionales, sino a la producción de contenido.

Todavía está en ejecución el Programa Uruguay Audiovisual anterior: películas que demostraran una inversión de más US$ 600.000 podían beneficiarse de sus artículos. La mayoría pueden demostrar más de US$ 600.000, pero el PUA nunca cubrió al cine de autor, que en nuestro país es muy necesario. Hay muchas escuelas de cine; hay muchos clientes de cine; hay muchos trabajadores del cine; hay como dos mil estudiantes de cine; y, entonces, los fomentos que puede poner esta ley, o el FONA (Fondo para el Fomento y Desarrollo de la Producción Audiovisual Nacional), apuntan al cine de producción nacional de primera entrada porque nadie sale de la escuela pretendiendo filmar una película de US$ 1.000.000. Hay que filmar cortos, contenidos; algunos nos gustan, otros no, no importa; son contenidos; de esa manera se entrena a la gente, ahí desarrolla sus ideas.

En todo el mundo cuando uno tiene la idea de un film, los Estados le dan la plata para que uno piense en la película, desarrolle el guión, que postule para fondos para el desarrollo de ese sistema productivo, después para que lo filme, después para que lo exhiba, después para que lo venda. Eso ocurre acá en menor medida, pero se da toda esa cadena porque la producción de contenido necesita la idea, la producción, la realización y la ventana donde ser exhibido. En los comerciales es simple porque si uno tiene que vender agua Salus y la empresa Salus hace el comercial. ¿Cómo vende? Mucho más del 50% de cualquier producto está invertido en marketing, publicidad y comerciales. Si la Salus vale $ 40, producir esto con botella y todo, pagando a los trabajadores, vale $ 15. No estoy hablando de la ganancia; eso ya hace muchos años que en algunos estudios…. Recuerdo, por ejemplo, el caso de championes Nike en la década de los noventa. Se decía que valían US$ 100, pero a la Nike le costaba US$ 10 producir el champión de muy buena calidad; el resto era la caja, el comercial, pagarle al *sponsor* que salía con la Nike. En cuanto a la cadena de valor, en publicidad pasa eso; hay una gran cadena de valor.

Entonces, alguien puede recibir sí la exoneración fiscal porque si yo hago un servicio de producción, publicidad, no recibo el PUA. Según algunas cosas que nos dijeron, algunas ideas del PUA eran también beneficiar a la publicidad, lo cual significa que estaríamos hablando de otra cosa, ya no es el origen que se busca equilibrar.

Pero ahora, si uno hace un servicio de producción de cine o para el exterior, recibe factura sin IVA -es decir, no paga el IVA- y los beneficios del PUA, pero por esos beneficios no se exige una contrapartida de parte del Estado, y eso lo que como sindicato

reclamamos. La ley de cine no tiene el libre de deudas, que es un artículo por el que batallamos mucho -porque trabajamos en la ley de cine-, pero no pudimos sacarlo. Libre de deudas quiere decir que el Estado te financia para que hagas tu película, o deja que factures sin IVA -a Monsanto o a quien sea-, pero solo te permite exhibir, producir o vender si pagaste todo lo que debés, y eso no ocurre; entonces, se puede estrenar una película que debe los salarios por ejemplo. Eso casi nunca ocurre, porque hay un convenio colectivo, en fin, pero en los comerciales, nosotros trabajamos ahora y cobramos dentro de tres meses; las empresas te plantean que es como una calesita y el crédito laboral no está regulado. Por eso hay que regular un poco más. En publicidad se labura catorce, dieciséis, veinte horas por día. Por eso esta es una industria en la que cuanto más grande sos, que tenés hijos y hasta nietos, trabajás menos, por un montón de motivos, entre otros, porque uno quiere tener una vida propia. He filmado muchas veces; hice *Artigas: La Redota* y estuvimos un año en Tacuarembó; entonces, uno tiene que irse de su casa, eso no es muy bueno para la familia y no hay plata que garpe no ver crecer a sus hijos. Entonces, lo que queremos es que no se cargue sobre nuestras espaldas todo el peso de hacer un conflicto y decir "Hasta que no me paguen no filmo"; eso lo podemos hacer siempre y lo hemos hecho, pero precisamos una manito, porque queremos seguir haciendo lo que hacemos y que las empresas no se fundan, como ha pasado. Hace un año y medio se fundió una empresa que se llamaba La Joya, que hacía publicidad y contenidos; en realidad no se fundió, sino que se presentó a concurso de acreedores y nosotros quedamos con US$ 476.000 de salarios impagos; la empresa dio una quiebra de US$ 950.000. Quienes la conocíamos, nos preguntábamos dónde estaban los US$ 950.000, nos parecía imposible eso, ¿por qué? Porque para producir contenido se precisan dos personas, una pequeña oficina, una *laptop* y no mucho más, y uno no puede ocupar la fábrica -más allá de que se discute si eso está bien- porque no hay fábrica para ocupar, o sea, no hay manera de ocupar nada, y las pérdidas pueden ser grandes porque hay algo que no funciona en el sistema. ¿Será como nosotros queramos? No, será como nosotros veamos con otros que podamos solucionar esos asuntos

Entonces, no nos sirve que las empresas se fundan, porque ¿quién paga los platos rotos? Tampoco el que se fundió es un tipo al que le haya ido bien; yo conozco al dueño y le ha ido horrible; pero como dice el recitado: somos todos muy amigos, pero el poncho no aparece.

SEÑOR PRESIDENTE.- Muchas gracias por su comparecencia. Sin duda nos hizo aportes muy valiosos.

No habiendo más asuntos, se levanta la reunión.

